



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA

Ekonomická fakulta

Katedra podnikohospodářská

Analýza faktorů ovlivňujících zájem žen o podnikání

Analysis of Factors Affecting the Interest of Women's Entrepreneurship

Student:

Karolína Vojtěšková

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Blanka Poczatková, Ph.D., MBA

Ostrava 2018

## Zadání bakalářské práce

Student: **Karolína Vojtěšková**  
Studijní program: B6208 Ekonomika a management  
Studijní obor: 6208R020 Ekonomika podniku  
Téma: **Analýza faktorů ovlivňujících zájem žen o podnikání**  
**Analysis of Factors Affecting the Interest of Women's Entrepreneurship**  
Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
  2. Teorie podnikání a ženy podnikatelky
  3. Popis metod řešení
  4. Analýza faktorů ovlivňujících zájem žen o podnikání
  5. Shrnutí a doporučení
  6. Závěr
- Seznam použité literatury  
Seznam zkratk  
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce  
Seznam příloh  
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

KŘÍŽKOVÁ, Alena. *Pracovní dráhy žen v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011. 258 s. ISBN 978-80-7419-054-4.  
POCZATKOVÁ, Blanka a Martina BRŇOVJÁKOVÁ. *Podnikání a ženy*. Havířov: in-PRESS CZ, 2015. ISBN 978-80-905178-4-4.  
TAHAL, Radek. *Základní metody sběru primárních dat v marketingovém výzkumu*. Praha: C. H. Beck, 2015. 99 s. ISBN 978-80-7400-585-5.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Blanka Poczatková, Ph.D., MBA**

Datum zadání: 24.11.2017  
Datum odevzdání: 11.05.2018

  
Ing. Josef Kašík, Ph.D.  
vedoucí katedry



  
prof. Dr. Ing. Zdeněk Zmeškal  
děkan fakulty

„Prohlašuji, že jsem celou práci včetně všech příloh, vypracovala samostatně.“

V Ostravě dne 11.5.2018

  
.....  
Karolína Vojtěšková

Tímto bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Ing. Blance Poczatkové, Ph.D., MBA za veškeré cenné rady, připomínky a za čas, který mi věnovala při řešení dané problematiky.

## Obsah

<b>1</b>	<b>ÚVOD .....</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>TEORIE PODNIKÁNÍ A ŽENY PODNIKATELKY .....</b>	<b>6</b>
2.1	<b>Základní pojmy .....</b>	<b>7</b>
2.1.1	Podnikání .....	7
2.1.2	Podnik .....	10
2.1.3	Podnikatel .....	10
2.1.4	Podnikatelské riziko .....	10
2.2	<b>Předpoklady úspěchu .....</b>	<b>11</b>
2.2.1	Osobnostní rysy podnikatele .....	12
2.2.2	Znalosti, schopnosti a dovednosti .....	13
2.3	<b>Gender .....</b>	<b>15</b>
2.4	<b>Feminismus .....</b>	<b>16</b>
2.4.1	Feminismus ve světě .....	17
2.4.2	Feminismus v Čechách .....	17
2.5	<b>Podpora podnikání žen .....</b>	<b>18</b>
2.6	<b>Programy na podporu žen .....</b>	<b>19</b>
<b>3</b>	<b>POPIS METOD ŘEŠENÍ .....</b>	<b>22</b>
3.1	<b>Výběr respondentů .....</b>	<b>22</b>
3.2	<b>Dotazníkové šetření .....</b>	<b>22</b>
3.2.1	Online dotazník .....	24
3.2.2	Tištěný dotazník .....	24
3.2.3	Telefonické dotazování .....	24
3.3	<b>Pozorování .....</b>	<b>25</b>
3.3.1	Fiktivní nákup (Mystery Shopping) .....	25
3.3.2	Online pozorování .....	25
3.4	<b>Experiment .....</b>	<b>25</b>
3.4.1	Laboratorní experiment .....	26
3.4.2	Terénní experiment .....	26
3.4.3	Online experiment .....	26
3.5	<b>Rozhovor .....</b>	<b>26</b>
3.6	<b>SWOT analýza .....</b>	<b>27</b>
3.7	<b>PEST analýza .....</b>	<b>29</b>
<b>4</b>	<b>ANALÝZA FAKTORŮ OVLIVŇUJÍCÍCH ZÁJEM ŽEN O PODNIKÁNÍ .....</b>	<b>31</b>
4.1	Vlastní dotazníkové šetření .....	31
4.2	Výsledky dotazníkového šetření .....	31
4.3	SWOT analýza .....	42
4.4	PEST analýza .....	44
4.5	Počet podnikatelů a podnikatelek v ČR .....	47
4.6	Rozdíl v odměňování u mužů a žen .....	47
<b>5</b>	<b>SHRNUTÍ A DOPORUČENÍ .....</b>	<b>50</b>
5.1	Zhodnocení dotazníkového šetření .....	50
5.2	Návrhy a řešení .....	52
<b>6</b>	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>56</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>57</b>
	<b>SEZNAM ZKRATEK .....</b>	<b>63</b>
	<b>Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce</b>	
	<b>SEZNAM PŘÍLOH</b>	

## **PŘÍLOHY**

# 1 ÚVOD

Postavení žen ve společnosti se vyvíjí již od dávných dob a navíc velmi pomalu. Ženy postupem času získaly právo volit a právě v době Marie Terezie, která byla jedinou ženou v čele státu u nás, nastal zlom. Ženy se postupně podílely na různých aktivitách, činnostech a duchovních záležitostech.

V dnešní době si mohou ženy rozhodovat samy o své budoucnosti. Často si kladou otázky, zda vybudovat vlastní kariéru nebo se nechat zaměstnat, a tím pádem mít více času na rodinu. Cílem bakalářské práce je zjištění a zhodnocení zájmu žen o podnikání v České republice, dále také zjistit a zhodnotit možnosti, případné bariéry a obavy při vstupu žen do podnikání.

První část práce bude věnována základním pojmům, co se týče nejen podnikání, ale také zde budou detailněji popsány pojmy jako feminismus či gender. Následně budou uvedeny jednotlivé programy nebo projekty, které slouží na podporu podnikání v České republice.

V kapitole popis metod řešení bude popsáno pomocí jakých metod lze získávat data a podrobněji popsány budou také SWOT analýza a PEST analýza. Dále zde budou uvedeny nejznámější metody výběru respondentů.

Metodika bakalářské práce bude tvořena nejen dotazníkovým šetřením, ale také SWOT analýzou, která se zabývá vnitřními faktory ovlivňující daný podnik a PEST analýzou, která naopak zkoumá vnější vlivy působící na podnik. V kapitole bude uvedeno i porovnání počtu podnikatelek a podnikatelů v České republice a momentální platové rozdíly mezi mužem a ženou.

Na základě zmíněných metod budou odvozeny závěry o zájmu a možnostech žen o podnikání. Následně budou vyvozeny návrhy a řešení pro danou problematiku.



## 2 TEORIE PODNIKÁNÍ A ŽENY PODNIKATELKY

V kapitole bude poukázáno na předsudky v životě žen a mužů, jež jsou zakořeněny již v dávných dobách, a které bohužel v dnešní době v některých koutech světa převládají dodnes. To, že k takové situaci dochází i ve 21. století je pro většinu z nás nemyslitelné.

Proč v některých zemích mají ženy doposud horší společenské postavení než muži? Tento pohled vychází již z dávné historie. Někteří sociologové vidí hlavní rozdíl už v Bibli. Jde o to, že Adam a Eva zpočátku vykonávali pravděpodobně stejné činnosti. Ovšem poté, kdy se Evě narodilo dítě, mělo za následek skutečnost, že jí nastaly nové povinnosti. Na Adama zbyla tedy role ochranné, a rovněž se musel postarat o obživu a mnoho dalších věcí. Právě tímto vzniklo odlišení jednotlivých činností mezi mužem a ženou. (Poczatková, Brňovjácová 2015)

Představa, co je skutečně mužská a ženská činnost je velmi odlišná. Rozdělení činností, zda se jedná o mužskou nebo ženskou je nám vtisknuto do mysli už od raného dětství. V různých koutech světa jsou tyto modelové situace rozdělení činností žen či mužů dodnes striktně dodržovány. Zajímavostí je, že se matky chovají ke kojencům opačného pohlaví jinak. (Poczatková, Brňovjácová 2015)

Velmi důležitým a taky zajímavým činitelem pro dětské vnímání opačného pohlaví jsou samozřejmě pohádky. Pohádkoví muži jsou spojeni s cestováním, dobrodružstvím a veškerými činnostmi, kdy využívali především svoji sílu. Naopak u ženských pohádkových postav je ukázáno jejich submisivní postavení, kdy vlastně čekají na svého hrdinu a jsou ženami v domácnosti – vykonávají domácí práce, jsou laskavé, vaří a starají se o celkový klidný a bezproblémový chod domácnosti. (Poczatková, Brňovjácová 2015)

Když bychom se podívali do středověku, tak lze říci, že žena se starala především o „teplo rodinného krbu“. Politická moc žen byla v této době téměř nulová především díky katolické církvi, která je odsuzovala za čarodějnictví. (Poczatková, Brňovjácová 2015)

Doba osvícenství je dobou Marie Terezie, jedinou ženou v čele státu u nás. Právě v této době nastal zlom, kdy ženy postupně získávaly podíl na aktivitách, činnostech a duchovních věcech. (Poczatková, Brňovjácová 2015)

V 19. století v USA a ve Velké Británii se začaly objevovat větší politické protesty žen, týkající se politických práv. Ženy požadovaly právo volit.

Ovšem doposud je zastoupení žen v zákonodárných orgánech stále velmi malé. Příkladem může být Poslanecká sněmovna v České republice, kdy v časové ose v letech 1998 – 2002 byla zastoupena pouze 15 % žen. Naopak tomu je ve skandinávských zemích a v Kanadě, kde je uváděno zastoupení žen od 35 %. Zajímavostí je, že jedinou zemí, která měla za prezidentku a předsedkyni právě ženu bylo Finsko. Avšak až do roku 2015 existovala země, kde ženy nemohly volit, jedná se o Saudskou Arábii.<sup>1</sup> (Poczatková, Brňovjácová 2015)

Ale i přesto, že ženy mají volební právo, tak se stále potýkají s různými problémy, týkající se nerovnosti a také určitou platovou diskriminací. Navíc do vedoucích pozic se dostávají stále velmi obtížně a pomalu. (Poczatková, Brňovjácová 2015)

## 2.1 Základní pojmy

V této kapitole budou nejdříve vysvětleny jednotlivé pojmy týkající se podnikatelské činnosti.

### 2.1.1 Podnikání

Na podnikání můžeme nahlížet z vícero pohledů, jelikož má mnoho různých podob: **Ekonomické pojetí** říká, že jde o zapojení ekonomických zdrojů, aby se zvýšila jejich původní hodnota.

**Psychologické pojetí** naopak říká, že je to činnost, která motivuje člověka něco získat, nebo něčeho dosáhnout.

**Sociologické pojetí** sděluje, že podnikání je vytváření zámožnosti pro všechny zapojené strany.

**Právnícké pojetí** říká, že podnikání je soustavná činnost prováděná podnikatelem samostatně, na vlastní jméno, na vlastní zodpovědnost za účelem dosažení zisku.

Podnikat jako fyzická osoba může kdokoli, kdo dosáhl 18 let, má způsobilost k právním úkonům, také je bezúhonný a nemá žádné daňové nedoplatky. Při splnění těchto podmínek může začít podnikat na základě živnostenského oprávnění, které upravuje živnostenský zákon. Každý, kdo získá toto oprávnění, musí být zapsán v živnostenském rejstříku. Do obchodního rejstříku mají povinnost se zapsat nejen právnícké osoby, ale i fyzické osoby,

---

<sup>1</sup>Ženy v Saudské Arábii získají volební právo : Fórum 50 %. *Aktuality : Fórum 50 %* [online]. Dostupné z: <https://padesatprocent.cz/cz/zeny-v-saudske-arabii-ziskaji-volebni-pravo>

kterým to přikazuje právní předpis a další osoby, kterým zápis do OR stanoví zákon nebo jiný zvláštní předpis.<sup>2</sup>

Nejčastějším způsobem podnikání fyzických osob je provozování živnosti na základě živnostenského oprávnění. Živnosti se dělí na koncesované a ohlašovací.

U koncesované živnosti je třeba mít odbornou způsobilost a v některých případech splnit další podmínky. Jedná se o nejsložitější formu získání tohoto živnostenského oprávnění, jelikož je lze provozovat až na základě nabytí právní moci rozhodnutí o udělení koncese.

Ohlašovací činnosti nepodléhají udělení povolení jako koncesované živnosti a stačí jen odborná způsobilost (kromě volné živnosti). Dělí se na živnosti:

- Volné – stačí splňovat pouze všeobecné podmínky.
- Řemeslné – získání živnosti je podmíněno vzděláním či praxí. Pokud podmínky splňujeme a doložíme je, stačí živnost pouze ohlásit.
- Vázané - je nutné mít odpovídající vzdělání i praxi.

Podnikání u právnických osob upravuje zákon o obchodních korporacích. Ty se dělí na:

- Osobní společnosti, kam zařadíme:
  - Veřejná obchodní společnost (v.o.s.)
  - Komanditní společnost (k.s.)
- Kapitálové společnost, kam zařadíme:
  - Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)
  - Akciová společnost (a.s.)
- Družstvo

**Ve veřejné obchodní společnosti (dále „v.o.s.“)** jsou minimálně dva společníci, kteří ručí za dluhy nerozdílně a společně celým svým majetkem. Statutárním orgánem jsou všichni společníci a vzájemné poměry společníků se řídí společenskou smlouvou. Pro vznik v.o.s.

---

<sup>2</sup>OSVČ zapsaná v živnostenském a obchodním rejstříku - Portál POHODA. *Informace pro účetní a podnikatele - Portál POHODA*[online]. [cit. 26.02.2018]. Dostupné z: <https://portal.pohoda.cz/pro-podnikatele/chci-zacit-podnikat/osvc-zapsana-v-zivnostenskem-a-obchodnim-rejstriku/>

není stanovena minimální výše základního kapitálu. Název musí obsahovat označení "veřejná obchodní společnost", popř. zkratky "veř. obch. spol." nebo "v.o.s."<sup>3</sup>

**Komanditní společnost (dále „k.s.“)** je společnost, v níž minimálně jeden společník ručí za její dluhy omezeně („komanditista“) a minimálně jeden společník neomezeně („komplementář“). Statutárním orgánem jsou všichni komplementáři. Dle zákona má vkladovou povinnost pouze komanditista a to ve výši 50 000 Kč. Vklad komplementáře není předepsán. Firma musí obsahovat označení "komanditní společnost", případně "k.s." či "kom. spol." <sup>4</sup>

**Společnost s ručením omezeným (dále „s.r.o.“)** je společnost, v níž ručí společníci za dluhy společně a nerozdílně do výše nesplaceného vkladu. Minimální výše vkladu je 1 Kč. Společnost může založit i jedna osoba – právnická osoba nebo fyzická osoba. Statutárním orgánem je jednatel (může být jeden nebo více). (Lakomá, 2016)

**Akciová společnost (dále „a.s.“)** je společnost s minimální výší základního kapitálu alespoň 2 000 000 Kč. Základní kapitál je tvořen hodnotou všech akcií (v Kč). Nejvyšším orgánem je valná hromada, která rozhoduje o nejdůležitějších záležitostech ve společnosti. Dále je stejně důležité představenstvo zabezpečující bezproblémový chod společnosti. Nejvyšším kontrolním orgánem je dozorčí rada.<sup>5</sup>

**Družstvo** je společenství neuzavřeného počtu osob, které je založeno za účelem vzájemné podpory svých členů nebo také třetích osob. Má nejméně 3 členy a firma obsahuje název „družstvo“. Minimální výše základního kapitálu není stanovena, ale výše vkladu je pro členy stejná. Družstva, která mají méně než 50 členů si představenstvo a kontrolní komisi zřizovat nemusejí. Družstvo nad 50 členů musí mít zvoleno představenstvo, kontrolní orgán a kontrolní komisi.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup>Obchodní společnosti osobní a kapitálové - Firemnifinance.cz. *Firemnifinance.cz podnikání, daně, finance, zákony, kalkulačky, formuláře* [online]. 2000 [cit. 26.02.2018]. Dostupné z: <https://firmy.finance.cz/zivot-podnikatele/zahajeni-podnikani/obchodni-korporace/obchodni-spolecnosti/>

<sup>4</sup>Obchodní společnosti osobní a kapitálové - Firemnifinance.cz. *Firemnifinance.cz podnikání, daně, finance, zákony, kalkulačky, formuláře* [online]. [cit. 26.02.2018]. Dostupné z: <https://firmy.finance.cz/zivot-podnikatele/zahajeni-podnikani/obchodni-korporace/obchodni-spolecnosti/>

<sup>5</sup>Orgány akciové společnosti | Akciová společnost - Vše o akciových společnostech od založení až po zánik. *Akciová společnost - Vše o akciových společnostech od založení až po zánik* [online]. [cit. 26.02.2018]. Dostupné z: <http://www.akciovaspolecnost.com/organy-akciov-spolecnosti/>

<sup>6</sup>Družstvo. *business.center.cz* [online]. [cit. 26.02.2018]. Dostupné z: <https://business.center.cz/business/pravo/formypodn/druzstvo/>

### 2.1.2 Podnik

Pro podnik existuje plno různých definic. Nejznámější definicí je ta, že se jedná o subjekt, ve kterém dochází k přeměně vstupů (zdrojů) na výstupy (statky). Každý podnik musí mít tyto dva hlavní znaky:

- právní subjektivitu – konkrétní jméno, určité povinnosti a práva, také je zapsán v obchodním rejstříku,
- ekonomickou samostatnost – sám si určuje předmět podnikání a zároveň samostatně hospodaří, což znamená, že z výnosů hradí také veškeré náklady.

### 2.1.3 Podnikatel

*„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“<sup>7</sup>*

Podnikatelem tedy rozumíme člověka, který je nositelem a zároveň tvůrcem různých změn, inovací. Samozřejmě musí být také velmi dobře motivovaný k využívání veškerého potenciálu. Podstatnými vlastnostmi, které by měl podnikatel mít je tvořivost, schopnost využívat příležitosti či je vytvářet. Měl by mít schopnost přicházet s novými myšlenkami a také je důležité, aby rozpoznal veškeré podnikatelské příležitosti, které jsou spojeny s nedokonalostí trhu a s mezerami na trhu. Právě na tyto mezery by se měl podnikatel zaměřit.

### 2.1.4 Podnikatelské riziko

S každým podnikáním je propojené také podnikatelské riziko, které většinou bývá spojeno s neúspěchem - jehož důsledkem je ztráta. *„Podnikatelské riziko můžeme chápat jako nebezpečí, že skutečné hospodářské výsledky podnikání se budou odchylovat od výsledků plánovaných.“<sup>8</sup>* Toto riziko má ovšem dvě stránky – pozitivní i negativní.

Pozitivní stránka spočívá v tom, že působí na podnikání motivačně. To znamená, že má určitou spojitost s dalším rozvojem podniku, s jeho budoucností, a dalšími faktory.

---

<sup>7</sup> Občanský zákoník - Část I. - Hlava II - Díl 5 - Podnikatel. *business.center.cz* [online]. 1998 [cit. 09.11.2017]. Dostupné z: <https://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik/cast1h2d5.aspx>.

<sup>8</sup>ČVANČAROVÁ, Zuzana, Vlasta HUMLOVÁ, Adéla HUJDUSOVÁ, Hana ŠTVERKOVÁ a Petr NĚMČÍK. *Podniková ekonomika A*; str.19

Do negativní stránky lze zařadit obavy a ztráty, které mohou „zařít“ zánik podniku. Riziko můžeme dělit dle několika hledisek (např. dle věcné náplně):

- Technická rizika – mohou vyvolat buď podnikatelský úspěch nebo neúspěch. Jsou způsobeny výsledky vědeckotechnického rozvoje.
- Výrobní rizika – často bývají spojena s těžce dostupnými výrobními faktory.
- Ekonomická rizika – mohou mít více podob, např. nákladových podob, případně rizika plynoucí z inflace.
- Tržní rizika – tato rizika bývají spojeny s poptávkou, prodejní cenou, konkurencí, apod.
- Finanční rizika – tato rizika plynou z dostupnosti úvěrů, úrokového zatížení, apod.
- Politická či sociálně politická rizika - vyvolává je vládní politika prostřednictvím ekonomického střetu státu.

A jak vlastně lze riziko zmírnit?

- diverzifikací, což znamená rozložení rizika mezi co nejvíce podnikatelských projektů,
- flexibilitou, která reaguje na změnu poptávky,
- dělení daného rizika na větší počet podnikatelských subjektů prostřednictvím sdružování, apod.,
- transferem rizika rozumíme přesun rizika na jiné subjekty, většinou na zákazníka nebo dodavatele,
- pojištění – přesun rizika na pojišťovnu. Funguje na základě pojistné smlouvy a pojišťovna pokrývá část nebo celkovou ztrátu.

## **2.2 Předpoklady úspěchu**

Proč nemůže být každý z nás podnikatelem? A může se stát člověk podnikatelem postupem života? Dá se vůbec naučit, jak být správný podnikatel? Existují jisté faktory, díky kterým si uvědomíme odpovědi na tyto otázky.

### **2.2.1 Osobnostní rysy podnikatele**

Ne každý člověk se narodí s rysy podnikatele. To, jaký člověk je nebo není, se utváří již od raného dětství. Mezi základy patří samozřejmě výchova, vzdělávání, ale také zkušenosti, které během celého života nasbíráme. Mezi typické rysy, které by měl podnikatel mít jsou například:

#### **Sebedůvěra**

Podnikatel by nikdy neměl pochybovat o svých vlastnostech a dovednostech. Jelikož v podnikání je na něj připraveno mnoho různých překážek a hrozeb, ke kterým je nutné stoupnout hlavou vpřed a neutéct před nimi. Čím vyšší je jeho sebedůvěra, tím je to samozřejmě pro podnikatele lepší. Je ochoten čelit kromě malých neúspěchů i těm velkým.

#### **Vytrvalost**

Není nutno opakovat, že podnikání je běh na dlouhou trať. Je tedy nezbytně nutné, aby byl podnikatel vytrvalý a případný neúspěch by jej neměl odradit od další činnosti. Z každého neúspěchu plyne samozřejmě poučení, které pomůže podnikateli se těmto nezdarům příště vyhnout.

#### **Odpovědnost**

Samozřejmě ne každý člověk je odmalička odpovědný. Kromě toho, že podnikatel musí dodržovat veškeré legislativní předpisy a zákony, musí dbát také na morální odpovědnost. To znamená být odpovědný za chování vůči svým zaměstnancům, dodavatelům a samozřejmě i vůči spotřebitelům. Jakákoliv nezodpovědnost by mohla mít za následek negativní vliv na další spolupráci.

#### **Informovanost**

Pokud se podnikatel nechce dostat do situace, kdy by byl nepříjemně překvapen či ohrožen, tak by měl mít co největší okruh informačních kanálů. Jedná se jak o konkurenci, tak i o ekonomický vývoj v zemi.

#### **Využití příležitostí a silných stránek**

Každý podnikatel by si nejprve měl uvědomit, jaké jsou právě jeho silné stránky. Tyto stránky je samozřejmě potřeba co nejvíce rozvíjet. Tím pádem osobnost podnikatele roste,

což má za následek to, že se nebude bát chytit nové příležitosti, která by se na trhu mohla objevit.

### **Iniciativa**

Jestliže se chce podnikatel odlišit od ostatních, je nutné, aby byl neustále aktivní a aby projevoval ve své podnikatelské činnosti kreativitu, a s tím související iniciativu. V době, kdy se všechno rozvíjí neuvěřitelnou rychlostí je nezbytné, aby byl vždy o kousek napřed před ostatními.

### **Respektování rizika**

Každé podnikání má svá určitá rizika. Podnikatel obvykle nemá dostatek času na rozhodování, tudíž se často musí rozhodovat pod tlakem a s nejistým výsledkem. Právě proto je nutné, aby byl schopen nést veškerou zodpovědnost za rozhodnutí, která učinil.

## **2.2.2 Znalosti, schopnosti a dovednosti**

K podnikatelské činnosti nepatří jen rysy osobnosti. Stejně důležité jsou také znalosti, schopnosti a dovednosti v oboru, ve kterém by chtěl začít podnikat.

### **Znalosti**

Znalostí rozumíme schopnost člověka dávat veškeré informace do souvislostí a na jejich základě jednat a rozhodovat se. Je ovlivněna předchozími zkušenostmi a vědomostmi, které si člověk nese od dětství, přes rodinný život a vzdělání až po praxi.<sup>9</sup>

Ikujiro Nonaka a Hirotaka Takeuchi společně vytvořili jednu z nejpoužívanějších klasifikací znalostí:

- Explicitní znalosti – můžeme je vyjádřit pomocí jazyka, písma, obrázku či digitálního záznamu. Lze je bez problému přenášet a předávat mezi sebou. Také je můžeme kombinovat, a tím pádem vytvářet z více explicitních znalostí jednu znalost novou. Tyto znalosti se skladují v různých informačních systémech.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup>Znalosti (Knowledge) - ManagementMania.com. [online]. 2011 [cit. 07.02.2018]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/znalosti-pojem>

<sup>10</sup>JANIŠOVÁ, Dana a Mirko KŘIVÁNEK. *Velká kniha o řízení firmy: [praktické postupy pro úspěšný rozvoj]*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4337-0.



- Tacitní znalosti – jedná se o soubor dovedností, zkušeností, různých pravidel, intuice a osobních představ konkrétního člověka nebo skupinky lidí. Je vždy propojena s činnostmi, idejemi, postupy a emocemi jednoho člověka nebo skupiny lidí. Nelze ji vyjádřit ani podobným způsobem jako explicitní znalost. Tyto znalosti mají vysoce osobní charakter. Člověk, který je obdařen těmito znalostmi ovšem nemusí vědět, že je má. Tacitní znalosti mají pro firmy velký potenciál, protože je prakticky nelze napodobit.

## **Schopnosti**

Schopností rozumíme různé předpoklady, potenciál či dispozice pro určitou činnost, aktivitu nebo dovednost. Jedná se o vrozené vlohy a rozvíjet je můžeme zpravidla učením. Všichni lidé nemají stejné schopnosti. Každý má tyto schopnosti odlišné, mohou se odlišovat i úrovní a rychlostí osvojování. Jestliže má někdo mimořádně rozvinuté schopnosti, lze v tomto případě mluvit o talentu.

Schopnosti můžeme dělit na:

- obecné (primární),
- specifické (sekundární),
- nadání,
- talent,
- genialita.

## **Dovednosti**

Jednoduše řečeno se jedná o rozvinuté schopnosti. Dovednosti rozvíjíme učením na základě vrozených schopností. Řadíme je do 3. skupin: manažerské, sociální a komunikační dovednosti. Každý člověk má nějaké dovednosti rozvinutější, než druhý. Dovednosti jsou nápomocné v případě výběru vhodné pracovní pozice. Na rozdíl od schopností je lze v průběhu života neustále rozvíjet. Co se týče trhu práce, každý člověk by měl být schopný zdůraznit své dovednosti ve svém životopise.

## **2.3 Gender**

V posledních letech výraz Gender zaplnil nejen média, ale také širokou veřejnost. Jedná se o koncepci, která poukazuje na sociální rozdíly mezi ženou a mužem. Informuje o tom, že chování a vlastnosti jednotlivých jedinců nejsou vrozené. Tyto vlastnosti jsou postupně formovány společností a danou kulturou, a mohou existovat v mnoha různých variantách. Liší se hlavně jednotlivými kulturami. (Poczatková, Brňovjáková, 2015)

### **Genderová socializace**

Socializací rozumíme dlouhodobý proces, díky kterému se dítě začleňuje do společnosti a učí se různým normám a hodnotám. Ve společnosti jsou dva gendery – mužský a ženský. Každý gender má svůj souhrn předpokladů nebo stereotypů. Základním procesem je zařazení do kategorie, zda se jedná o muže či ženu.

### **Genderová role**

Od každého člověka se očekává určité chování a postoje, které stojí právě na základě genderu. Existují role jak ženské, tak i mužské. Očekávání od mužů a žen se samozřejmě liší. U žen se předpokládá, že by se měly starat o chod domácnosti, rodinu a také by měly být laskavé. U mužů se naopak předpokládá, že budou živiteli, hlavou rodiny a očekává se od nich průbojnost.

### **Genderové stereotypy**

Jednoduše řečeno se jedná o skutečné představy a popisy ženy i muže, což vypovídá o tom, jak by se muž či žena měli chovat. I když si mnozí myslí, že právě tohle naše chování neovlivňuje, jedná se o omyl.

### **Gender Mainstreaming**

Mainstreaming můžeme chápat jako nějaký druh, který odstraňuje nerovnosti mezi ženou a mužem. Jedná se o postup, který ve všech fázích a jednotlivých procesech neustále přihlíží k rovnosti žen a mužů a navrhuje takové řešení, které nebude mít na nikoho negativní dopad. (Poczatková, Brňovjáková, 2015)

V Evropské Unii je od roku 1997 povinné zahrnutí této strategie jako jednu z mnoha zásad a rozvojových priorit.

## Genderová analýza

Analýza se zabývá pozorováním a studiem odlišností mezi ženou a mužem v nejrůznějších oblastech života, např. v životních podmínkách, rozhodovacích pravomocích, přístupu ke zdrojům či kontrole majetku. Veškeré tyto údaje zkoumá analýza v širším kontextu, jak společenském, ekonomickém, tak i politickém. Analýzy především předpokládají sběr údajů, které se dělí dle pohlaví.<sup>11</sup>

## Genderový audit

Soustředí se na naplňování principů rovných příležitostí mužů a žen na úrovni dané organizace a dále na prosazování nástrojů, které pomáhají zaměstnaným osobám sladit pracovní život s tím soukromým. Cílem auditu je tedy zlepšení podmínek pro muže i ženy, a s tím související rozvoj a zvýšení výkonnosti organizace.<sup>12</sup>

## Genderová optická skla

Tuto koncepci založila roku 1993 Sandra Bem a vztahuje se právě k nahlížení na tyto genderové vztahy. U nás jsou nejčastější 3 druhy optický skel:

- 1) androcentrismus – vyjadřuje sociální nadřazování mužů,
- 2) polarizace – oddělování mužského a ženského světa,
- 3) biologický esencialismus – rozdíly mezi mužem a ženou jsou dány biologicky, což logicky zdůvodňuje mužskou nadřazenost.

## 2.4 Feminismus

Feminismus, je jinak řečeno ženské hnutí představující hnutí za práva žen. Právě v návaznosti na problémy žen, které měly problém se angažovat na veřejnosti tak, jako muži, vznikl v 18. století pojem feminismus. Tehdy šlo hlavně o prosazování obecného práva žen ve vlastnictví majetku a o zpřístupnění vyššího vzdělání. Cílem tohoto hnutí bylo odjakživa uznání a docenění žen ve společnosti. Mezi klíčové pojmy feminismu patří osvobození a rovnoprávnost. (Poczková, Brňovjaková 2015)

---

<sup>11</sup>LVS Základní pojmy. *LVS Úvod* [online]. 2018. Insion [cit. 05.03.2018]. Dostupné z: <http://lvsprilezitost.cz/zakladni-pojmy>

<sup>12</sup>Genderový audit | Centrum Kašpar. *Centrum Kašpar* [online]. Dostupné z: <http://centrum-kaspar.cz/genderovy-audit/>

### **2.4.1 Feminismus ve světě**

Jako první vlna či první fáze feminismu bývá označena doba, kdy propukl boj amerických osad za nezávislost, a také Francouzská revoluce. Právě v této době byly ženy donuceny převzít mužské role a tak nastal okamžik, kdy si uvědomily, že jsou schopny se ujmout jejich rolí.

První vlna byla zaměřena na volební právo žen a vlastnictví. Vlna byla řízena především ženami středních vrstev, které nemusely pracovat, a díky tomu věnovaly dostatečný čas této problematice.

Druhá vlna feminismu spadá do období po 2. světové válce, kdy se vojáci vraceli z války, a to pro ženy znamenalo, že se opět musí vrátit do domácnosti. Friedanová analyzovala tzv. „problém beze jména.“. To znamenalo, že generace žen v Americe trpěla a měla úzkosti z toho, že jsou vlastně jen manželky a matky. O své vlastní kariéře se jim mohlo jen zdát. Ta byla pouze pro neprovdané ženy. Neprovdané ženy byly považovány za ztroskotané a nešťastné. Tato vlna byla zaměřena především na rovnoprávnost ve mzdovém ohodnocení, a také na tom, aby ženy mohly být ve vedení společností. Hlavním cílem bylo poukázat na to, že ženy nemusí nutně patřit pouze do domácnosti, ale také mohou vykonávat stejně náročná zaměstnání jako muži.

Na začátku 90. let vznikla třetí vlna feminismu. Od předešlých vln se tato poslední zaměřovala na ženy různých etnických skupin a na sexuální orientaci. Jelikož byla tato vlna velmi rozdrobena, představovala ji spousta hnutí. Avšak až tato poslední vlna je viděna jako pochopení rozmanitosti ženskosti. To znamená, že být ženou v tomto století se rovná být kýmkoliv, čím každá žena chce být.

### **2.4.2 Feminismus v Čechách**

Zde šlo především o lepší uplatnění žen v občanském životě a nebylo vedeno proti mužům. Aktivistkám šlo hlavně o zájem národní, a až po něm byl zájem vlastní. (Poczatková, Brňovjáková, 2015). V 19. století prošlo hnutí velkými změnami. Tou nejvýraznější můžeme zdůraznit informovanost o feminismu. Od 60. let byla možnost šířit informace o hnutí velmi jednoduše pomocí žurnalistiky. Významnou roli v této oblasti hrají od 70. let právě ženské časopisy. (Bahenská, 2005).

Před rokem 1867 fungovaly ženské spolky spíše volněji. Zlom nastal po roce 1867, kdy začaly fungovat pevněji – dle vzorů mužských spolků. Hlavním úkolem spolků byla dobročinnost.

## **2.5 Podpora podnikání žen**

V momentě rozhodnutí ženy o tom, že začne podnikat, je velmi důležité, aby cítila podporu ze strany rodiny i přátel. Nejdůležitější je ovšem podpora od manžela či partnera. Jelikož právě ten může ženě dodat sílu a především odvahu, aby pokračovala v tom, co začala. I přesto, že to není vždy procházka růžovým sadem.

Velký význam mají samozřejmě také zaměstnanci. Pokud má podnikatelka pod sebou schopné a spolehlivé zaměstnance, vše může být pro podnikatelčin začátek lehčí. Dalším důležitým aspektem je také to, zda se rozhodne podnikat sama, nebo si raději najde společníka. Tím vzniká další, jedno z nejdůležitějších rozhodnutí, a to při volbě nejlepšího společníka. Bohužel neexistuje žádná rada, ani nelze spočítat, který je ten nejlepší. Každopádně je v praxi nejlepší stanovit podmínky, které by měl společník splňovat. Poté je už jen na ženě, kterého společníka uzná za nejlepšího. Samozřejmě by měl sdílet společný cíl, aby podnikání bylo snazší.

V zahraničí existuje mnoho asociací, které byly vybudovány právě na podporu žen. Tyto asociace nabízejí nejen užitečné informace, ale také komunikaci mezi jednotlivými podnikatelkami. Mohou se navzájem podporovat, řešit problémy či jen pokládat dotazy.

V České republice existují také asociace na podporu podnikatelky. Jedná se například o:

- **Asociaci podnikatele a manažerek ČR<sup>13</sup>**

Tato dobrovolná profesní asociace vznikla v roce 1990. Cílem bylo vytvořit prostředí, které pomůže ženám v oblasti podnikání, vzájemnou komunikaci, ale také nabízí individuální konzultace, coaching a také projekt Mentoring, který je založen na spolupráci zkušené podnikatelky a mladé kolegyně, začínající s podnikáním.

---

<sup>13</sup> Úvod Podnikatelky.eu. [online]. 2018 [cit. 07.02.2018]. Dostupné z: <http://www.podnikatelky.eu/uvod/>.

- **Středočeská asociace manažerek a podnikatelek<sup>14</sup>**

Tento spolek vznikl v roce 2001 a slouží především pro podnikatelky a manažerky pohybující se v Praze a ve Středočeském kraji. Cílem je samozřejmě poskytovat rady a zkušenosti z podnikání žen, ale také jde o navazování spolupráce s ostatními, stejně zaměřenými spolky. Asociace nabízí pravidelné setkání konající se každé pondělí.

- **Asistenční centra pro podporu podnikání žen<sup>15</sup>**

Hlavním cílem centra je individuální přístup ke klientkám, a také trvalá péče v prvních třech letech podnikání. Tato centra se nacházejí po celém území České republiky a poradenské služby jsou klientkám poskytovány zcela zdarma.

## 2.6 Programy na podporu žen

- **Projekt Santia**

Tento projekt existuje pouze v Jihomoravském kraji a založilo jej centrum Aktiv 50+, které si klade za cíl pomoci ženám nad 50 let. Projekt poskytuje informace důležité právě pro start v podnikatelské činnosti, učí je základním znalostem a dovednostem, které jsou pro podnikání nutné. Program je dotován z Evropských sociálních fondů a státního rozpočtu České republiky. (Poczatková, Brňovjřkovř, 2015)

- **Profi žena**

Program je pro začínající podnikatelky ze středních Čech a jeho smysl spočívá k získání základních dovedností, jež jsou nutné pro podnikání. Pořádá semináře, pomáhá s osobním rozvojem či daňovou a finanční problematikou.

## ○ Život nápadům

Působí v celé České republice, především online formou. Jako předchozí projekty také poskytuje rady pro začátek podnikání, ale součástí jsou také příběhy žen, které již podnikání zkusily. Součástí projektu jsou i workshopy, semináře a spousty dalších aktivit. Tento projekt patří pod společnost GE Money a je napojen na další řadu neziskových organizací.

<sup>14</sup> Home. *Home* [online]. 2014, 2015, 2016 Středočeská asociace manažerek a podnikatelek, [cit. 07.02.2018]. Dostupné z: <http://www.stredoceske-podnikatelky.cz/>.

<sup>15</sup> DotaceEU.cz - Úvodní strana. [online]. 2012 Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, všechna práva vyhrazena [cit. 07.02.2018]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Uvodni-strana>.

### ○ **Byznys klub**

Tento projekt slouží pro začínající podnikatele a podnikatelky. Je pod záštitu Úřadu práce České republiky. Formou dotací poskytují peněžní prostředky pro start podnikání těm, kteří jsou zapsáni na příslušném úřadu práce. Tyto dotace však mají určité omezení. Mohou být poskytnuty až do výše 100 000 Kč, maximálně ale do šestinásobku průměrné mzdy. Dále je nutné vědět, že tyto prostředky lze použít pouze na vybavení nebo pořízení majetku. Nesmí být použity na nákup materiálů, či zboží, na nájem, a také na platbu sociálního a zdravotního pojištění.

Jde o nezávazné setkání informující zájemce o základních požadavcích, které je potřeba splnit při podnikání. Je pořádán každý měsíc a je rozčleněn na dva bloky.

Pro lepší představu bude přiblížen Byznys klub ve Frýdku Místku, který proběhl ve dnech 5. a 10. června 2014. První blok konaný dne 5. června měl zahájení v 8 hodin a provedla jej pracovnice z Úřadu práce ČR. Dále měla zhruba hodinový výklad pracovnice z živnostenského úřadu, která posluchače obeznámila se základními informacemi týkající se živnostenského zákona, a navíc přidala zajímavosti a poznatky ze své vlastní praxe. Poté byla na řadě pracovnice finančního úřadu, která posluchače seznámila s informacemi týkající se registraci k dani, potřebných dokumentech, kontrolách FÚ, právech a povinnostech podnikatele vůči FÚ. Také poradila, jak správně vypočítat marži, či cestovné (v případě, pokud podnikatel používá k podnikání svůj soukromý automobil). Celý den byl zakončen informacemi o Nadačním fondu Dalkia působícím v Moravskoslezském i Olomouckém kraji. Fond se zabývá finanční podporou začínajících podnikatelů i podnikatelek kteří vytvářejí nové pracovní místa.

Druhý blok se konal dne 10. června a taktéž začal v 8 hodin zahájením. Dále následovala prezentace Krajské hospodářské komory MSK, kterou vedla její pracovnice. Účastníky seznámila se základními informacemi o komoře, možnostech členství v komoře, službách a především o možnosti získat dotaci či jinou finanční pomoc právě pro začínající podnikatele. Další částí byl výklad o činnosti OSSZ, neboli Okresní správy sociálního zabezpečení, který vedla pracovnice tohoto zařízení. Vyprávěla o hlavních úkolech OSSZ, právech a povinnostech každého člověka vůči této instituci. Posluchače také seznámila s postupem přihlášení se a platbách sociálního pojištění či příspěvku na státní politiku zaměstnanosti. Dále byla na programu připravena prezentace o rekvalifikačních kurzech Poe Educo, které jsou vytvořeny nejen pro uchazeče o zaměstnání, ale také pro občany,

kteří si chtějí rozšířit svou kvalifikaci v jiné oblasti. Celý blok byl zakončen prezentací tvořenou Úřadem práce ČR o možnostech získání dotace na vytvoření dalšího pracovního místa. (Pocztaková, Brňovjáková 2015)

- **Inkubátory**

Pomáhají začínajícím malým a středním podnikům v prvních letech jejich existence. Poskytují nejen podporu v oblasti účetnictví, daní či poradenství, ale také kvalitní prostory pro podnikání a to vše za zvýhodněnou cenu či bezplatně. Hlavní výhodou inkubátorů je především shromažďování firem na jednom místě, čímž je možné získat spoustu kontaktů do budoucna. Navíc mohou existovat buď samostatně nebo mohou být součástí tzv. vědeckotechnického parku, který může být propojen i s vysokými školami a dalšími výzkumnými institucemi.

V současnosti existuje v ČR 13 akreditovaných vědeckotechnických parků, 36 dalších provozovaných parků a další 2 jsou v přípravě.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>Interaktivní Katalog VTP – Společnost vědeckotechnických parků ČR, z.s.. *Společnost vědeckotechnických parků ČR, z.s. – Science and Technology Parks Association CR* [online]. 2018 [cit. 26.02.2018]. Dostupné z: <http://www.svtp.cz/katalog/>



### 3 POPIS METOD ŘEŠENÍ

Praktická část práce se zaměřuje na výzkumné šetření, tudíž v této kapitole budou objasněny především metody, které budou využity právě v praktické části této práce.

#### 3.1 Výběr respondentů

Výběr respondentů je velmi důležitý, jelikož špatně zvolený vzorek může zkoumaný problém znehodnotit. Při hledání respondentů, aby zodpověděli na konkrétní otázky týkající se určité oblasti bychom měli zkoumat skupiny osob, které s ní úzce souvisejí. Mezi nejznámější způsoby výběru vzorku patří:

- **prostý náhodný výběr** – vhodný pro zkoumání obecných problémů, kdy jsou respondenti vybíráni náhodně. Výsledky je nutno brát obecně,
- **systematický náhodný výběr** – jedná se o typický způsob firem a organizací, které si vedou databázi případných respondentů. Je nastaven jako **n-tý** případ, kdy se z potenciálních respondentů vybere každý n-tý,
- **stratifikovaný náhodný výběr** – založen na principu úzce zaměřené skupiny (tzv. „straty“), do které se zařadí jedinci s požadovanými vlastnostmi. Poté jsou z této skupiny náhodně vybíráni jedinci, na kterých je výzkum prováděn. Je vhodné jej použít, pokud se zaměřujeme na konkrétní oblast a konkrétní cílovou skupinu,
- **vícestupňový shlukový výběr** – založen na stejném principu jako stratifikovaný výběr, ale není tak úzce zaměřen. Zde se vytvářejí přirozená seskupení lidí (tzv. „klastry“) a právě z těchto seskupení jsou náhodně vybíráni vhodní respondenti.<sup>17</sup>

#### 3.2 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření využíváme především k primárnímu výzkumu, a to tím, že je finančně a časově nenáročný, a řadí se mezi nejvyužívanější metody. Právě zde dochází k přeměně ústních otázek do otázek písemných, díky kterým jsme schopni získat a dále analyzovat odpovědi respondentů.

Dotazníky využívají různé druhy otázek:

- uzavřené,

---

<sup>17</sup>Kvantitativní výzkum 3 – Výběr vzorku a typy dotazování - Blog Survio. [online]. 2012 [cit. 28.02.2018]. Dostupné z: <https://www.survio.com/cs/blog/serialy/kvantitativnivyzkum-3-vyber-vzorku-a-typy-dotazovani>

- polouzavřené,
- otevřené,
- škálové.

Uzavřené otázky nabízejí několik variant odpovědí. Výhodou je jednoduché vyplnění a následující snadné zpracování. Nevýhodou ovšem je nemožnost individuální odpovědi. Patří sem také Likertova škála, která zkoumá postoj, spokojenost či zkušenost respondenta se zkoumaným předmětem. Likertova škála spočívá v tom, že dotazovaný má na výběr zpravidla z pěti odpovědí, které se řadí dle jeho preferencí.

Kombinací otevřených a uzavřených otázek vzniká otázka polouzavřená, neboli také polootevřená. Právě přidáním varianty „jiné či další“ do uzavřené otázky umožňuje dotazovanému se volně vyjádřit.

Otevřené otázky naopak umožňují získat odpovědi, které by nemusely tazatele napadnout. V tomto případě se ovšem musí dotazující hlouběji zamyslet nad odpovědí. Nevýhodou může být interpretace odpovědi a celkové zpracování těchto otázek.

Škálové otázky jsou nejužitečnějším a nejvhodnějším nástrojem pro měření názorů a postojů. Lze sem zařadit hodnotící škálu, kde respondent vyjadřuje svůj postoj výběrem ze stupnice, např. 1 – 5 (jako ve škole), či od – 2 (silně nespokojen) po +2 (silně spokojen). Dále sem patří škála pořadí, kdy dotazovaný seřazuje odpovědi dle jeho preferencí. Patří sem také škála konstantní sumy, která je nejpřesnější metoda diferenciování preferencí. To v praxi znamená, že respondent rozděluje pevně stanovené množství bodů (obvykle 100) dle svých preferencí.

Struktura dotazníku by měla respondenta zaujmout již na první pohled. Je důležité si dát pozor, aby jej hned na samém počátku neodradil. Důraz je kladen na srozumitelnost, přehlednost, snadnou orientaci, grafickou úpravu, a také na jednoduchost vyplňování a jazykovou korektnost. Ještě před samotnými otázkami je důležité neopomenout úvodní slovo, což znamená oslovení respondentů, prosba o vyplnění dotazníku, přibližná délka vyplňování a je také nutné zdůraznit, k čemu daný dotazník slouží a co je jeho cílem. Na závěr je slušné poděkovat za vyplnění dotazníku a za čas, který věnovali právě vyplňování.

### 3.2.1 Online dotazník

Neboli **CAWI**, patří k jedné z forem sběru dat v kvantitativním výzkumu. Tento dotazník je vyplňován přes internet, tudíž umožňuje autorovi získat odpovědi odkudkoliv. Výhody a nevýhody tohoto dotazníku lze vidět v následující tabulce:

*Tab.3.1: Výhody a nevýhody online dotazníku*

Výhody	Nevýhody
Nenáročnost tvorby dotazníku	Identita respondenta
Průběžné výsledky a analýza	Obtížnost získat respondenty
Minimální náklady na zpracování	Redukuje komunikaci
Snadný export do různých formátů	Nemožnost kontroly podvodu
Pohodlné vyplňování	Neosobní přístup

Zdroj: Vlastní zpracování

### 3.2.2 Tištěný dotazník

Stejně jako online dotazník, tak také tištěný dotazník má své výhody a nevýhody. Tento dotazník je časově náročnější ohledně osobního kontaktu s respondenty.

*Tab. 3.2: Výhody a nevýhody tištěného dotazníku*

Výhody	Nevýhody
Oslovení cílové skupiny respondentů	Špatná návratnost
Osobní přístup s respondentem	Obtížné vyhodnocování
	Finanční náročnost na tisk

Zdroj: Vlastní zpracování

### 3.2.3 Telefonické dotazování

Z počátku velmi využívaná metoda. Je to dáno nejen kvůli rozmanitosti mobilních telefonů, ale především kvůli spojení telefonického dotazování s počítači, tzv. **CATI**. Tím došlo ke zrychlení zpracování odpovědí a vyhodnocování výsledků. V poslední době se právě telefonické dotazování nahrazuje online výzkumy.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

Tab. 3.3: Výhody a nevýhody telefonického dotazování

Výhody	Nevýhody
Rychlost získání údajů	Vysoké nároky na soustředěnost
Nižší náklady než u os. dotazování	Doba hovoru max. 10 min
Jednoduché otázky	Respondent odmítá účast ve výzkumu

Zdroj: Vlastní zpracování

### 3.3 Pozorování

Jedná se o metodu, kdy jsou informace získávány smyslovým vnímáním. Pozorování je cílevědomé, plánovité sledování určitých skutečností. Musí být přesně stanoveno, co je předmětem pozorování a také čas, ve kterém se bude pozorování uskutečňovat, jakým způsobem budou jevy sledovány a také do jakých kategorií budou pozorovaná fakta zařazována. Je nejuniverzálnější metodou poskytující prvotní informaci o sledovaném jevu nebo objektu, a zároveň je základem každého výzkumu.

#### 3.3.1 Fiktivní nákup (Mystery Shopping)

Jedna z nejpoužívanějších pozorovacích technik. Tento výzkum se zaměřuje na kvalitu služeb. Fiktivní zákazník neboli „Mystery shopper“ vystupuje jako normální zákazník a jeho úkolem je nákup určitého výrobku, kladení dotazů či hraní určité role. Výzkumník zpětnou vazbu vyplňuje do dotazníku. Může být použit v jakémkoliv odvětví, nejčastěji však kina, hotely, restaurace apod.

#### 3.3.2 Online pozorování

Jelikož internet patří mezi nejvyužívanější prostředky pro získání informací, tak je kladen stále větší význam elektronického online pozorování. Firmy pomocí něj mohou získat informace o počtu zhlédnutí firemních stránek v určitém období, návštěvnost konkrétních stránek, sledování a spousty dalšího.

### 3.4 Experiment

Jedná se o speciální metodu, kdy data získáváme ze skutečností, které jsou speciálně zorganizovány pro účely výzkumu. Zavede se testovaný prvek (nezávisle proměnná), sleduje se a zároveň měří jeho působení na jiný prvek (závisle proměnná). Důležitou roli zde hraje také prostředí experimentu a tudíž se do něj úmyslně zasahuje z důvodu, aby bylo dosaženo stejných podmínek pro všechny subjekty. Aby se ověřila věcnost výsledků, sleduje se tzv. validita, neboli platnost šetření. (Koščová, 2015)

### 3.4.1 Laboratorní experiment

Testování probíhá v umělém prostředí, které je vytvořeno přímo pro účely experimentu. Dotazovaní jsou pozváni do studia agentury či do připravených místností, poté dle instrukcí vedoucího daného experimentu provádějí konkrétní úkony. Tento druh experimentu se využívá především při výrobových testech, testování reklam či skupinových rozhovorů. (Koščová, 2015)

### 3.4.2 Terénní experiment

Testování probíhá v přirozených podmínkách. Testovaní většinou nevědí, že jsou součástí experimentu a tudíž se chovají přirozeně (na rozdíl od laboratorního experimentu). Příkladem může být např. testování výrobku v domácnosti.<sup>19</sup>

### 3.4.3 Online experiment

Experiment probíhá většinou na stránkách firem, kdy firmy simulují určité situace tím, že předvádějí demoverze. Ty se týkají například 3D projekce výrobků, simulace výběru a objednání zboží či online plateb. Aby došlo k naplnění tohoto experimentu je nutné, aby firma sledovala chování návštěvníků simulací a získané informace vyhodnocovala pro další rozhodování.<sup>20</sup>

## 3.5 Rozhovor

Většina takového dotazování v současnosti probíhá zprostředkovaně, bez tazatele. Ovšem i tak existuje mnoho případů, kdy je rozhovor veden tazatelem a respondentem. Je tedy vhodné si dopředu celý rozhovor naplánovat.

Při přípravě rozhovoru je nutné se seznámit se zadáním výzkumu a způsobu jeho řešení. Důležité je rozhodnutí, jaký druh rozhovoru je nutné využít, v jakém prostředí budeme s dotazovaným mluvit, a také kdy. Současně je důležité mít připraveny odpovědi pro vysvětlení nepochopených otázek, uvádění příkladů, apod.

Aby byla tato metoda úspěšná, tak je velmi významný výběr a školení tazatelů. Rozhovory v kvalitativním výzkumu většinou provádí jedna osoba (příp. omezený počet), která disponuje psychologickým či sociologickým vzděláním. Naopak rozhovory v kvalitativním

---

<sup>19</sup>KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

<sup>20</sup>KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6

výzkumu se provádějí s větším počtem tazatelů, kteří mají výrazně menší požadavky na vzdělání.

Při zahájení rozhovoru tazatel seznámí respondenta s cílem výzkumu a důvodem, proč byl vybrán. Smyslem je především motivovat respondenta k ochotě spolupracovat a odpovídat dle pravdy. Důležitá je také atmosféra, která by měla být přátelská, ale ne přehnaně důvěrná.

Průběh rozhovoru závisí na druhu zvoleného rozhovoru. Nicméně platí, že by tazatel měl správně odhadnout složitost požadovaných informací vzhledem k povaze dotazovaného. Dále by měl použít srozumitelný jazyk, také musí počítat s poklesem pozornosti a vhodně zajistit koncentraci a vyloučit ovlivňování respondenta.

V závěru by měl tazatel navodit u respondenta pocit, že jeho poskytnuté odpovědi jsou velmi důležité.<sup>21</sup>

**Standardizovaný rozhovor** poskytuje respondentům varianty odpovědí a je využíván především v kvantitativním výzkumu. Výhodou je především zaznamenávání odpovědí, kdy tazatel nabízí hlavně uzavřené, či polouzavřené otázky.<sup>22</sup>

**Individuální hloubkový rozhovor** je využíván v kvalitativním výzkumu. Získávají se z něj informace hlubšího rázu. (Špidlová, 2012)

**Skupinový rozhovor** je také využíván v kvalitativním výzkumu, kde se využívají vizualizace, projektivní techniky, hraní rolí k odhalení souvislostí, pocitů, chování či motivace spotřebitelů. Tyto rozhovory probíhají dle dopředu naplánovaného scénáře.<sup>23</sup>

### 3.6 SWOT analýza

SWOT analýza je univerzální analytická technika, která se zaměřuje na zhodnocení nejen vnějších faktorů, ale také vnitřních faktorů ovlivňující úspěšnost daného podnikání. Původně byla vymyšlena pro zhodnocení celé organizace, ale lze ji použít téměř na cokoli, např. hodnocení lidí při pohovoru, pro organizaci jako celek, či pouze pro jednotlivé oblasti. Podstatou analýzy je identifikovat silné a slabé stránky uvnitř organizace (v čem je

---

<sup>21</sup> KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6

<sup>22</sup> KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6

<sup>23</sup> KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6

organizace dobrá a špatná), ale také vně organizace (znát příležitosti i hrozby). Vyplývá tedy, že cílem je identifikovat a omezit slabé stránky, podporovat silné stránky, hledat příležitosti a znát případné hrozby.

Tab. 3.7: SWOT analýza

	<b>Pomocné</b>	<b>Škodlivé</b>
<b>Vnitřní podněty</b>	Silné stránky ( <b>STRENGTHS</b> )	Slabé stránky ( <b>WEAKNESSES</b> )
<b>Vnější vlivy</b>	Příležitosti ( <b>OPPORTUNITIES</b> )	Hrozby ( <b>THREATS</b> )

Zdroj: Vlastní zpracování na základě<sup>24</sup>

Hodnocení vnitřních podnětů se provádí prostřednictvím interních dokumentů, což mohou být například finanční analýzy, vnitřní předpisy apod. Na tyto dokumenty je tedy nutné se zaměřit, jelikož tím zjistíme nejenom silné stránky, ale také ty slabé.

**Silné stránky (Strengths)** – jedná se především o přednosti a dovednosti, které daná společnost či jedinec má. Je důležité se zamyslet nad tím, v čem je podnik lepší než kdokoli jiný, v čem spočívá výhoda.

**Slabé stránky (Weaknesses)** – zde se jedná o zjištění nedostatků či problémů, které existují a mohly by ohrozit splnění stanovených cílů.

Naopak hodnocení vnějších vlivů by se mělo provádět prostřednictvím vnějších zdrojů, např. různé analýzy trhu, ekonomiky, aktuálních informací o konkurentech. Tyto informace mohou být někdy obtížně získatelné a je tedy nutné vynaložit větší úsilí k získání těchto dokumentů.

**Příležitosti (Opportunities)** – představují skutečnosti, které mohou podnikateli přinést úspěch, pokud je dokáže identifikovat a správně využít. Lze sem zařadit například technologický vývoj, nenaplněné potřeby zákazníků, módní trendy, apod. Bohužel právě příležitosti dělají drobným podnikatelům problémy, jelikož je nedokáží identifikovat vůbec, nebo je zaměňují se silnými stránkami.

<sup>24</sup> SWOT ANALÝZA - Publikace | Fučík & Partners. Úvod | Fučík & Partners [online]. 2018 Fučík [cit. 11.03.2018]. Dostupné z: <http://www.fucik.cz/publikace/swot-analyza/>

**Hrozby (Threats)** – jedná se o zjištění případných hrozeb, které mohou přinášet rizika. Právě tyto hrozby mohou ohrozit dosažení cílů nebo mohou být nepříjemnou překážkou.

### **3.7 PEST analýza**

Metoda sloužící ke zjištění vnitřního makroprostředí podniku. Je využívána marketingovými odborníky aby odhalili faktory, které mají vliv na podnik. Výsledek PEST analýzy se využívá k sestavení SWOT analýzy. Analýza se skládá ze čtyř vnějších faktorů působících na podnik:

- politický faktor,
- ekonomický faktor,
- sociální faktor,
- technologický faktor.

V současnosti je využívána také rozšířenější verze s názvem PESTLE. Jde o přidání dvou dalších faktorů ovlivňujících makroprostředí podniku:

- legislativní faktor,
- ekologický faktor.

#### **Politické prostředí**

Mezi politické faktory můžeme zařadit politickou stabilitu či nestabilitu, daňovou politiku, legislativu regulující podnikání, předpisy Evropské unie, atd.

#### **Ekonomické prostředí**

Zde se projevují skutečné výše daní, cel, stabilita měny a měnové kurzy. Právě tady jsou uvedeny HDP, mzdové náklady, inflace, nezaměstnanost apod.

#### **Sociální prostředí**

Posuzuje se tady především demografická stránka dané země a řadí se mezi nejsnáze proveditelnou součástí PEST analýzy. Mezi tyto faktory můžeme zařadit např. rozdělení příjmů, vztahy mezi lidmi a jejich hodnoty, vzdělání, životní styl, zdravotní stav a demografické faktory apod. Tyto faktory jsou důležité zejména pro firmy podnikající



v oblasti retailu, což znamená prodejem koncovým spotřebitelům. Téměř všechny tyto informace se dají získat ze stránek statistických zdrojů.

### **Technologické prostředí**

Tyto faktory mají vliv na konkurenceschopnost podniku. Jelikož technologie v posledních letech roste a zdokonaluje se neskutečnou rychlostí, je tedy nutné tyto faktory stále sledovat. Předvídatelnost vývoje směrů technického rozvoje se může stát významným činitelem úspěšnosti podniku. Mezi technologické faktory můžeme zařadit např. nové objevy, různé změny, vládní podpora R&D, celkové stavy technologií.. Do této oblasti jsou zahrnovány náklady na výzkum a vývoj, nové technologie, patenty a inovace. Dále také satelitní komunikace či internet.

## **4 ANALÝZA FAKTORŮ OVLIVŇUJÍCÍCH ZÁJEM ŽEN O PODNIKÁNÍ**

V této části budou aplikovány veškeré poznatky z teoretické části.

### **4.1 Vlastní dotazníkové šetření**

Cílem dotazníku bylo zjistit a zhodnotit, jaký je zájem a možnosti žen o podnikání v České republice, dále také zjistit, jaké jsou případné bariéry a obavy při vstupu žen do podnikatelského prostředí. Šetření probíhalo pouze elektronickou formou z důvodu zjištění zájmu žen po celé České republice. Online dotazník byl vložen jak na sociální síť, tak i na internetové weby navštěvující zejména ženy. Mezi tyto weby byly vybrány např.: vinted.cz, většinou navštěvující mladými slečnami, emimino.cz, navštěvující především maminky a omlazeni.cz. Samozřejmě byl dotazník přidán také na sociální síť facebook.com.

Sběr dat byl zahájen 6. února 2018 a ukončen 14. března 2018. Dotazník vyplnilo 166 respondentek.

Dotazník se skládal z 19 otázek a byly využity tyto typy otázek:

- otevřené otázky,
- polouzavřené otázky,
- uzavřené otázky,
- škálové otázky.

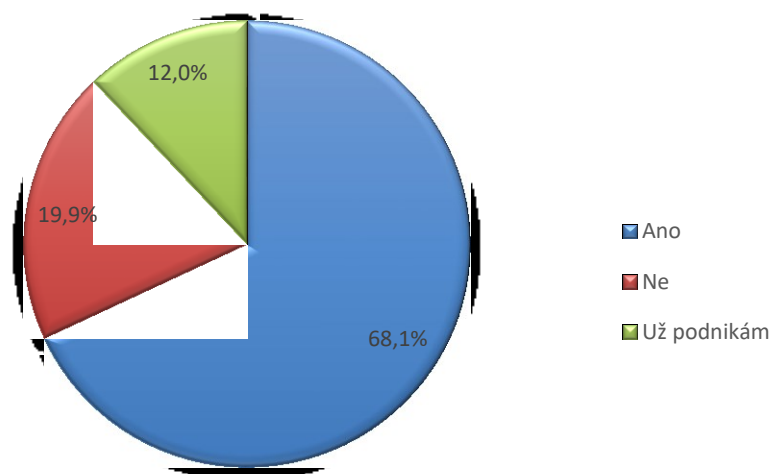
Podoba daného dotazníku je uvedena v příloze č. 1.

### **4.2 Výsledky dotazníkového šetření**

V následující části je vyhotoveno zhodnocení dotazníku. Respondentky nejprve odpovídaly na otázky týkající se podnikání a poté odpovídaly na základní informace o své vlastní osobě. Všechny odpovědi od 166 respondentek byly následně přepsány do Microsoft Excel, kde byly zpracovány a vyhodnoceny pomocí příslušných grafů.

Graf 4.1: Otázka č. 1

### 1. Přemýšlela jste někdy o tom, že byste začala podnikat?

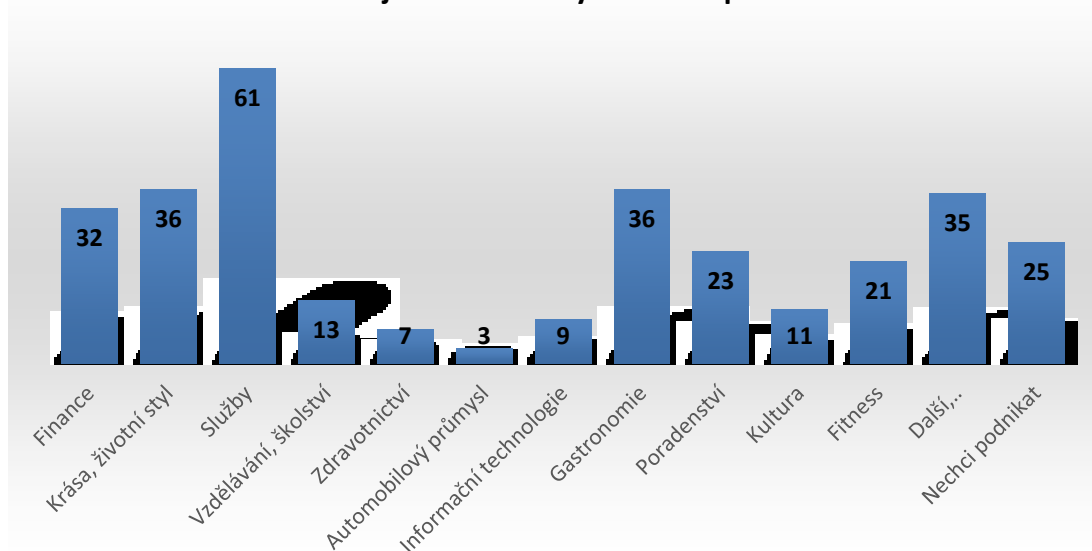


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Celkem 113 dotazovaných žen (68,1 %) už někdy uvažovala o tom, že by začala podnikat. Dalších 33 respondentek (19,9 %) o tom nikdy nepřemýšlela a 20 žen (12,0 %) už podniká.

Graf 4.2: Otázka č. 2

### 2. V jakém oboru byste chtěla podnikat?



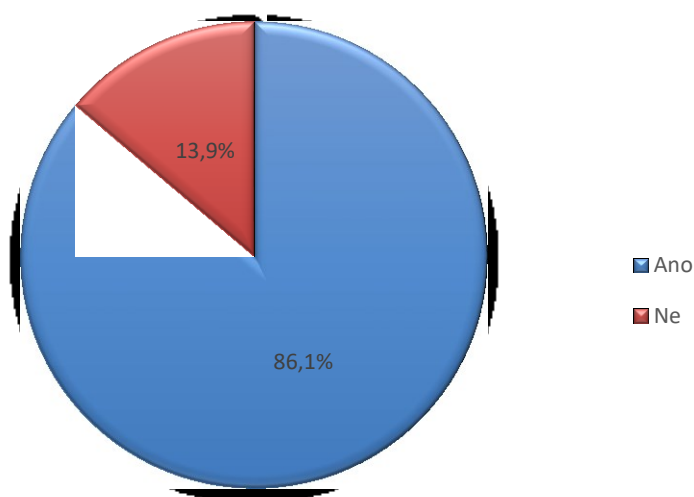
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

V této otázce, týkající se oblasti, ve které by chtěly ženy podnikat, respondentky mohly označit maximálně tři odpovědi. Pro 61 respondentek je nejvíce žádanou či vhodnou oblastí - oblast služeb (36,7 %). Druhou nejpočetnější skupinou určilo 36 respondentek obor krásy nebo životního stylu (21,7 %). Na stejné místo je nutno zařadit gastronomii,

kde také 36 respondentek označilo tento obor (21,7 %). 35 dotazovaných označila jako třetí nejpočetnější odpověď Další (21,1 %).

Graf 4.3: Otázka č. 3

### 3. Má někdo z Vašeho okolí zkušenosti s podnikáním?

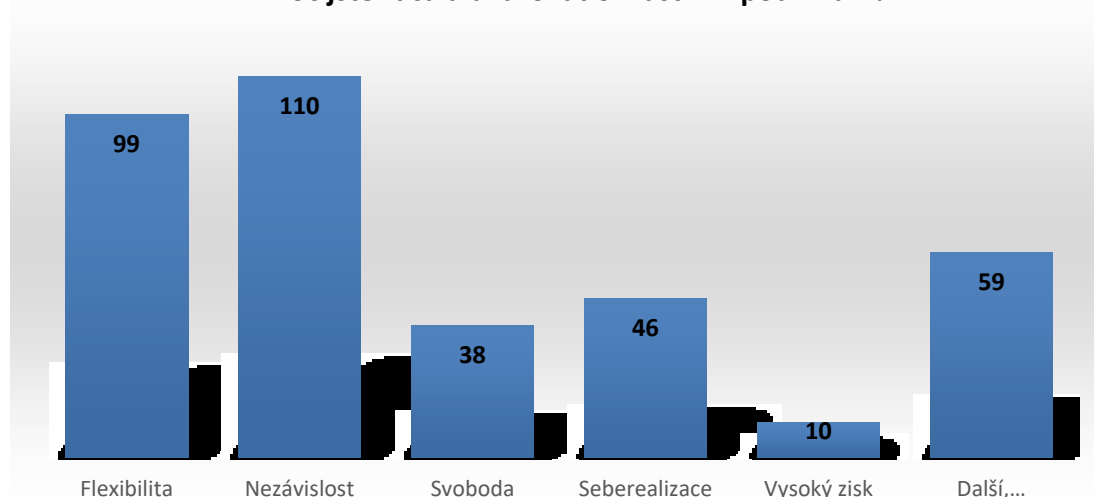


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Přesně 143 respondentek (86,1 %) má ve svém okolí někoho, kdo již má zkušenosti s podnikáním. Dalších 23 dotazovaných (13,9 %) nemá v okolí nikoho zkušeného, co se týče podnikatelské činnosti.

Graf 4.4: Otázka č. 4

### 4. Proč jste začala uvažovat o vlastním podnikání?

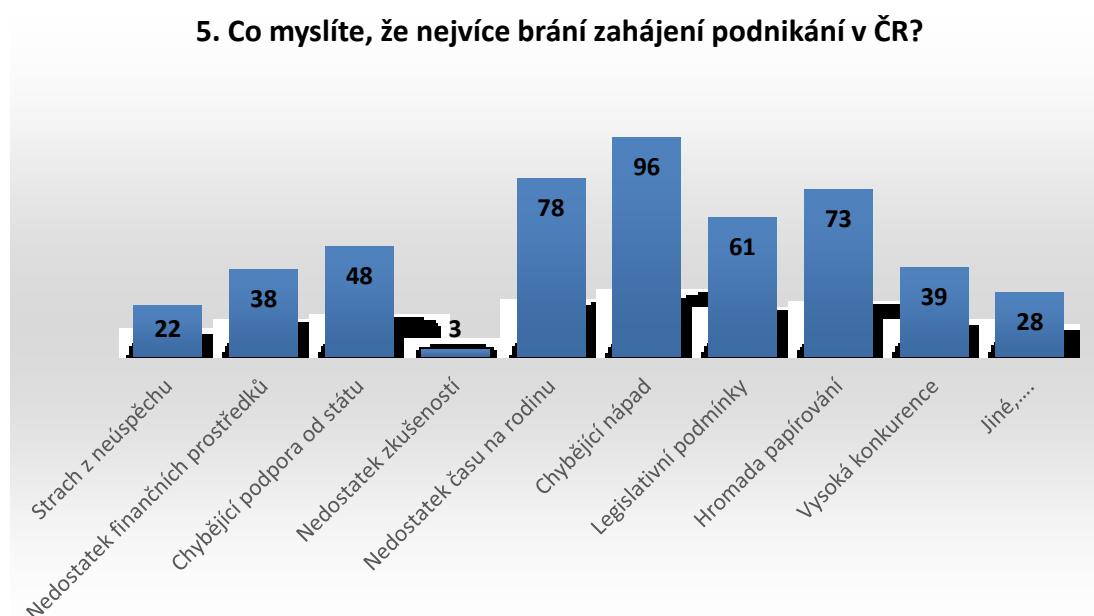


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Další otázka se týkala důvodu, proč respondentka začala přemýšlet o vlastním podnikání. Zde mohly označit také maximálně tři možné odpovědi. Nejčastější odpovědí byla

nezávislost, kterou označilo 10 respondentek (67,5 %). Druhou nejpočetnější odpovědí označilo 99 dotazovaných flexibilitu (60,7 %). Naopak pouze 10 respondentek (6,1 %) označilo vysoký zisk jako jeden z hlavních důvodů, proč začít podnikat.

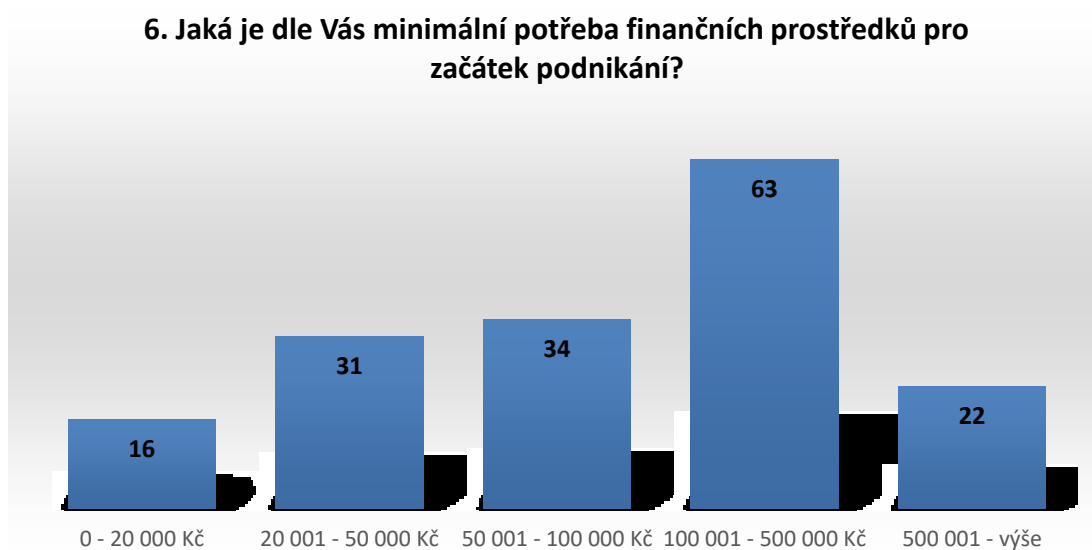
Graf 4.5. Otázka č. 5



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Pátá otázka se týkala zábranám zahájení podnikání v České republice. Zde mohly být označeny také maximálně tři možnosti. 96 respondentek (57,8 %) uvedla nejčastějším problémem chybějící nápad k podnikatelskému záměru. Druhou nejčastější odpovědí, kterou označilo 78 respondentek (47 %) byla obava či strach z nedostatku času na rodinu. Dalším negativem, které odrazuje 73 žen (44 %) je hromada papírování. Naopak pouze 3 respondentkám (1,8 %) brání podnikání nedostatek zkušeností.

Graf 4.6: Otázka č. 6

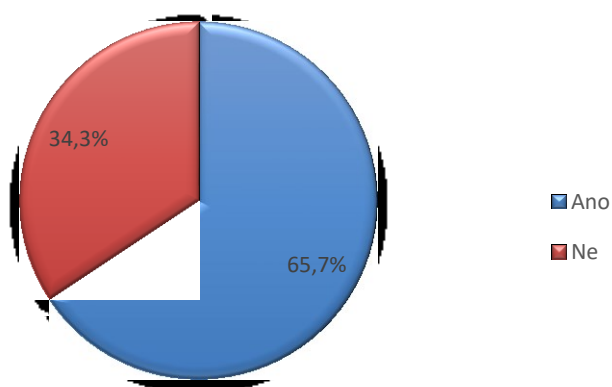


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Tato otázka se zabývala minimální potřebou finančních prostředků do začátku podnikání. 63 respondentek (38 %) označila minimální potřebu korun v rozsahu 100 001 – 500 000 Kč. Dalších 34 dotazovaných (20,5 %) označilo potřebu peněz v rozsahu 50 001 – 100 000 Kč. Pouze 16 respondentek (9,6 %) si myslí, že stačí 0 – 20 000 Kč.

Graf 4.7: Otázka č. 7

**7. Myslíte si, že v oblasti podnikání mají ženy a muži stejné příležitosti a hrozby?**

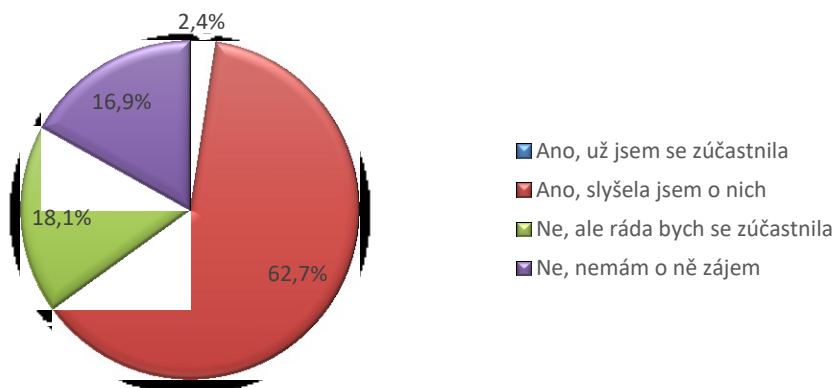


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Otázka týkající se stejných pracovních příležitostí mužů a žen v podnikání. Zde si 109 respondentek (65,7 %) myslí, že ženy nejsou žádným způsobem diskriminovány, tudíž mají stejné příležitosti a hrozby jako muži.

Graf 4.8: Otázka č. 8

**8. Víte, že existují kurzy k zahájení podnikání?**

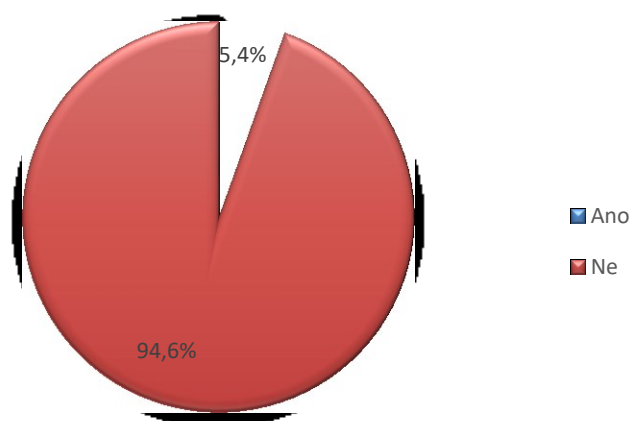


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Další otázka dotazníku se týkala toho, zda respondentky vědí, že existují kurzy, které napomáhají zahájení podnikání. Pouze 4 dotazované (2,4 %) se nějakého kurzu již zúčastnily. Dalších 104 dotazovaných (62,7 %) o kurzech v minulosti slyšelo. 30 žen (18,1 %) o žádných kurzech nevěděla, ale ráda by se zúčastnila. 28 respondentek (16,9 %) o takové kurzy neprojevuje žádný zájem.

Graf 4.9: Otázka č. 9

**9. Znáte nějakou formu podpory podnikání pro ženy?**

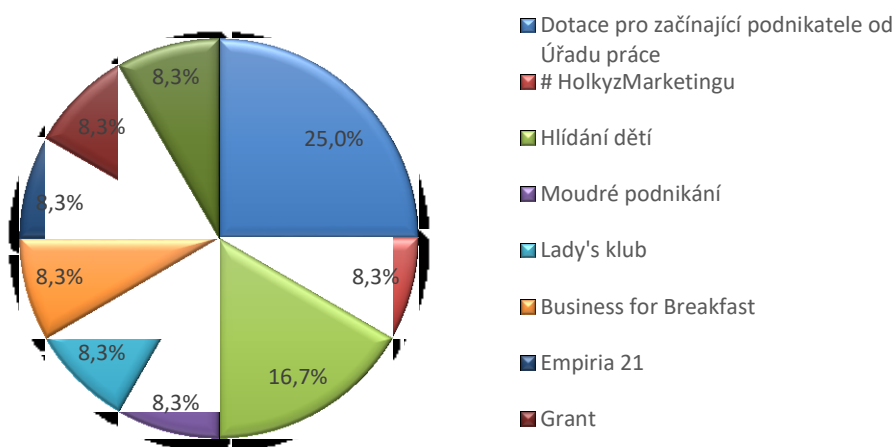


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

157 respondentek (94,6 %) nezná žádnou formu podpory podnikání pro ženy. A pouze 9 žen (5,4 %) nějakou formu podpory zná, nebo alespoň o ní slyšela.

Graf 4.10: Otázka č. 10

**10. Pokud jste v předchozí otázce odpověděla ano, napište o jakou formu se jedná**

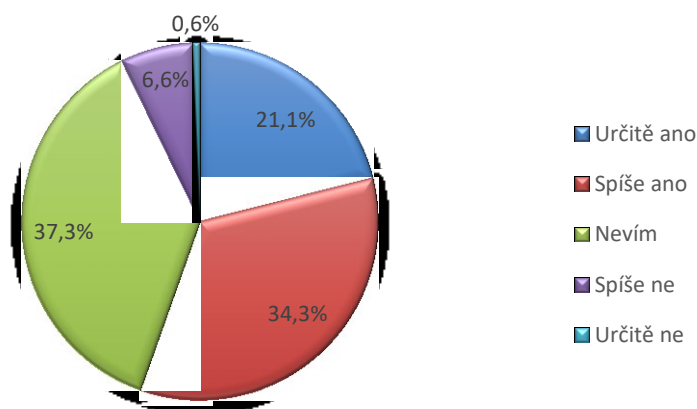


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Zde je k vidění, že 3 respondentky (25,0 %) znají formu podpory podnikání, kterou zařizuje Úřad práce České republiky. 2 ženy (16,7 %) označily formu podpory jako hlídání dětí. Dále ve stejném počtu ženy odpověděly jako formu podpory – Moudré podnikání, Lady's klub, Business for Breakfast, Empiria 21 či Grant.

Graf 4.11: Otázka č. 11

**11. V případě, že byste začala podnikat, využila byste takovou podporu?**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

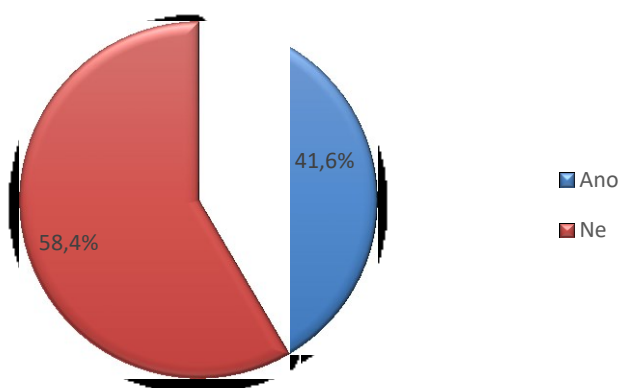
62 dotazovaných žen (37,3 %) neví, zda by takovou podporu při začátku vlastního podnikání využila. 57 žen (34,3 %) by ji spíše využilo a 35 respondentek (21,1 %) by



takovou podporu určitě využila. Pouze 1 respondentka (0,6 %) by určitě žádnou takovou podporu nevyužila.

*Graf 4.12: Otázka č. 12*

**12. Myslíte si, že ženy a muži dosahují v podnikatelské činnosti stejných výdělků?**

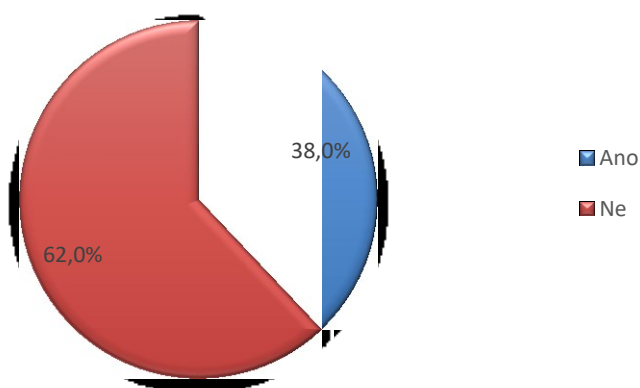


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Otázka týkající se stejných výdělků u mužů a žen. Více jak polovina žen (58,4 %) se domnívá, že ženy a muži nedosahují v podnikatelské činnosti stejných výdělků. Zbýlých 69 respondentek (41,6 %) je přesvědčeno, že obě pohlaví dosahují stejných výsledků, tudíž ženy nejsou diskriminovány.

*Graf 4.13: Otázka č. 13*

**13. Myslíte si, že ženy - podnikatelky jsou nějakým způsobem diskriminovány?**

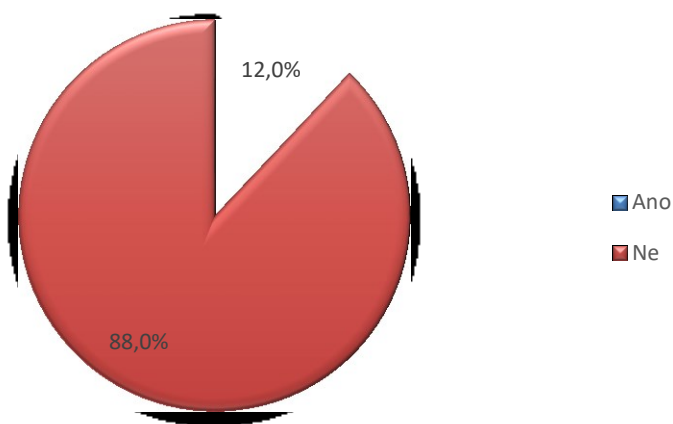


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

103 dotazovaných (62,0 %) si nemyslí, že by ženy – podnikatelky byly nějakým způsobem diskriminovány v podnikatelském prostředí. Zbylá část žen (38,0 %) je přesvědčeno o opaku.

*Graf 4.14: Otázka č. 14*

#### 14. Působíte v rodinném podniku?

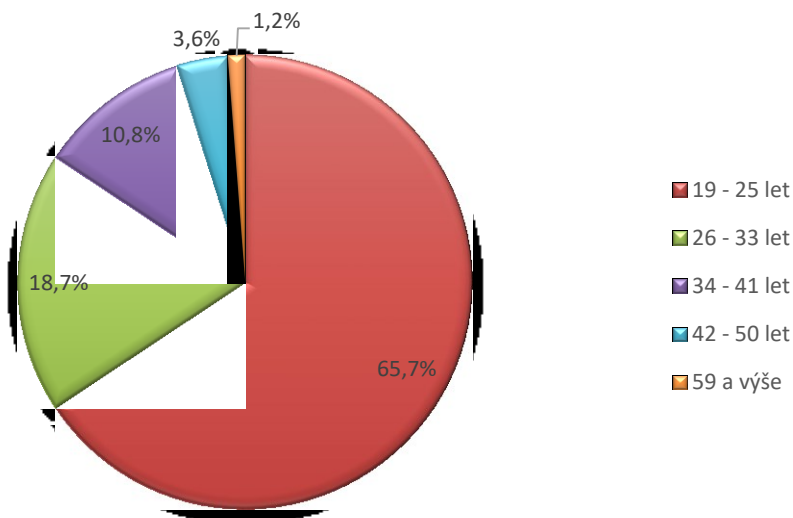


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Tato otázka se týká rodinných podniků, zda v něm ženy působí. Velká část respondentek (88,0 %) v rodinném podniku nepůsobí. Pouze 20 žen (12,0 %) v takovém rodinném podniku působí.

*Graf 4.15: Otázka č. 15*

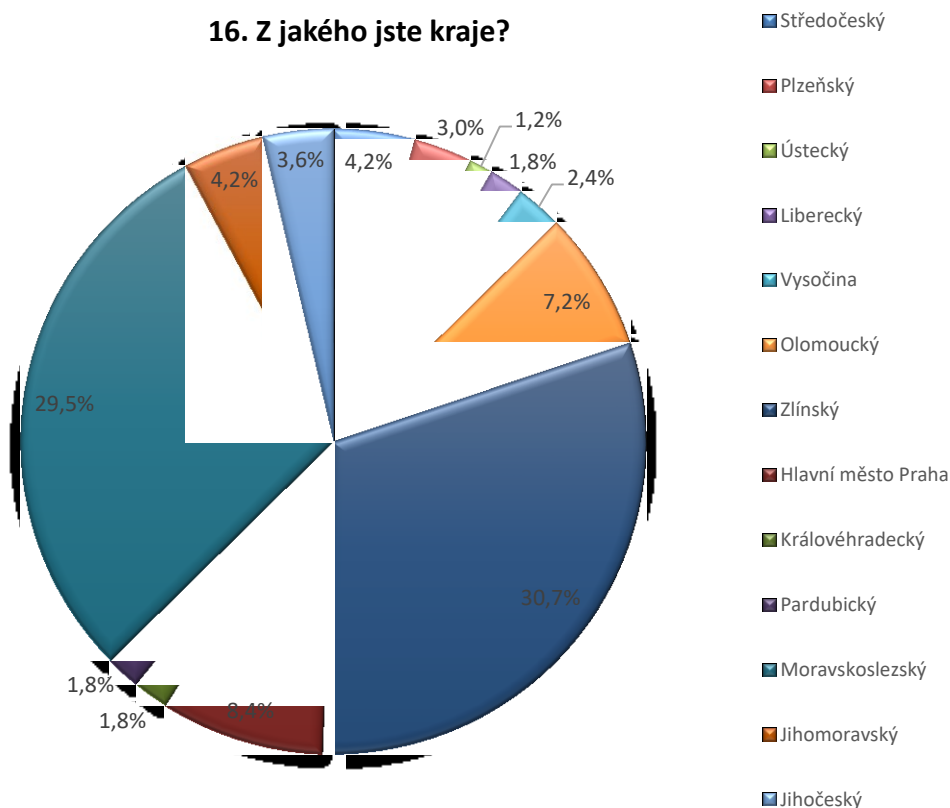
#### 15. Váš věk



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

109 respondentek (65,7 %) bylo ve věku 19 – 25 let. Druhou nejpočetnější skupinou s 18,7 % se staly ženy ve věku 26 – 33 let. Na třetím místě se objevila skupina žen ve věku 34 – 41 let, a to ve výši 10,8 %.

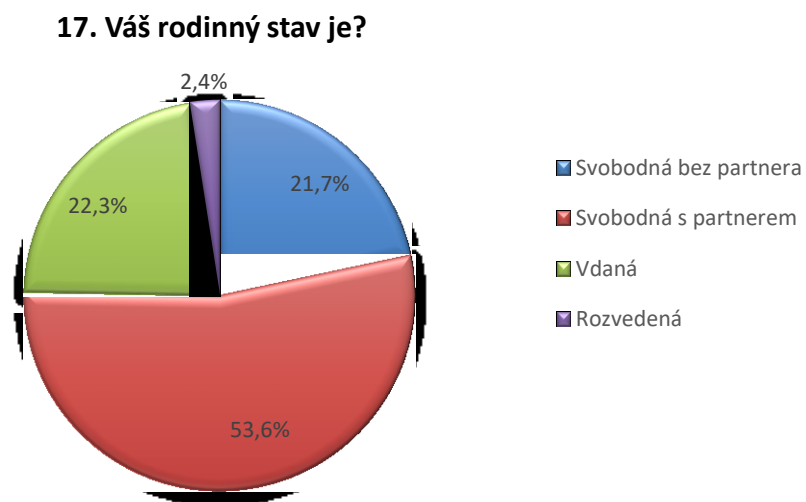
Graf 4.16: Otázka č. 16



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Zde můžeme vidět zastoupení odpovídajících žen v jednotlivých krajích. Celkem 51 žen (30,7 %) odpovědělo na dotazník ze Zlínského kraje. Druhým, nejvíce zmiňvaným krajem byl kraj Moravskoslezský (29,5 %). Dotazníkového šetření se účastnily respondentky celkem z třinácti krajů České republiky.

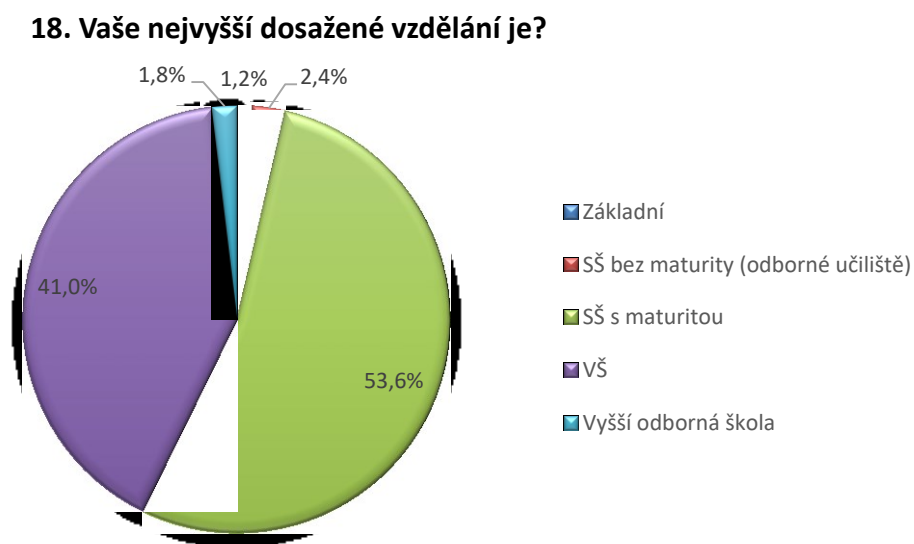
Graf 4.17: Otázka č. 17



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Více jak polovina dotazovaných (53,6 %) tvoří svobodné ženy s partnerem. Se stejným procentem (22,3 %) jsou ženy vdané a svobodné bez partnera. Pouze 4 ženy (2,4 %) jsou rozvedené.

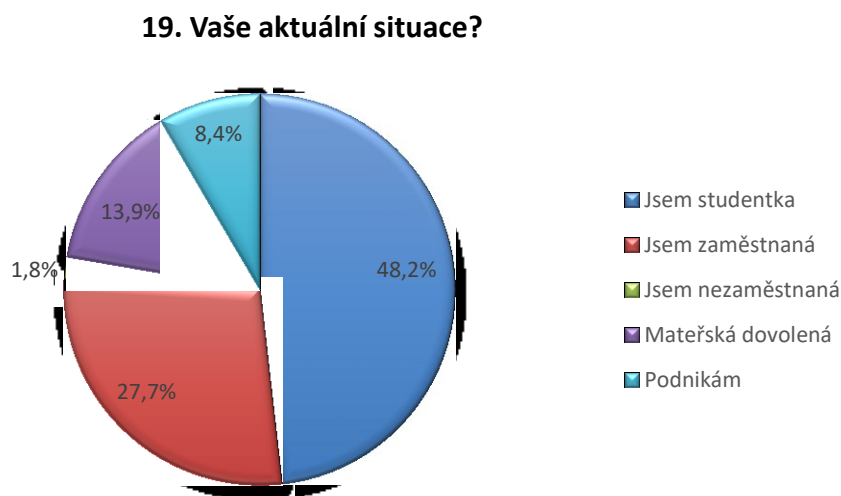
Graf 4.18: Otázka č. 18



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

89 dotazovaných (53,6 %) má nejvyšší dosažené vzdělání maturitu na střední škole. Vysokoškolské vzdělání má celkem 68 žen (41,0 %). Základní vzdělání mají pouze 2 ženy (1,2 %).

Graf 4.19: Otázka č. 19



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Téměř polovinu dotazovaných (48,2 %) tvoří studentky. Dalších 27,7% žen jsou zaměstnankyně. 13,9 % dotazovaných je momentálně na mateřské dovolené. Jen 1,8 % respondentek je nyní nezaměstnaná. Pouze 14 žen (8,4 %) podniká.

### 4.3 SWOT analýza

V této kapitole stanovíme silné a slabé stránky, dále také příležitosti a hrozby pro podnikání žen.

#### Strenghts – silné stránky

To, že ženy vůbec přemýšlejí, že by začaly podnikat ukazuje, že si dokáží jít za tím, co opravdu chtějí. Jedná se tedy o motivaci, která vede ženu vpřed za svým cílem.

Dalším důležitým faktorem může být i dosavadní zkušenost s podnikáním, tím pádem se může vyhnout stejným chybám a nedostatkům, kterým čelila v minulosti.

Nejen pro podnikatelku, ale také pro podnikatele jsou velmi důležité komunikační dovednosti.

## **Weaknesses – slabé stránky**

Zde můžeme zařadit fakt, že většina žen silně vnímá nejistoty spojené s podnikatelskou činností. Tady je znám rozdíl mezi muži a ženami, kdy se právě muži vrhají do rizika častěji. Naopak pokud se žena rozhodne začít podnikat, pečlivě vše promyslí, důkladně naplánuje a také vymyslí mnohem více strategií, čímž by mohla snížit veškerá možná rizika.

Mezi další slabé stránky může patřit počáteční investice. Pokud je tedy příliš vysoká, pak musí být podnikání omezeno jen na to nejnnutnější a nejpotřebnější.

Do slabých stránek je možné zařadit i čas, který by žena – podnikatelka mohla věnovat své rodině, ale kvůli vlastnímu podnikání nemůže.

## **Opportunities - příležitosti**

Mezi nejdůležitější faktory patří samozřejmě obor, ve kterém by podnikatelka ráda podnikala. Obor by měl zaplnit nynější mezeru na trhu, nebo musí vybrat takový obor, u kterého je velký předpoklad odběru nabízených produktů, případně nabízených služeb.

Příležitostmi může být především originalita podnikatelského záměru a v některých případech i kraj, ve kterém podnikatelka podniká.

Pokud žena má již našetřenou finanční rezervu právě pro podnikatelský start, můžeme to zařadit do kladných příležitostí. Jelikož je výhodou, že si peněžní prostředky nemusí půjčovat u bankovních institucí a tím pádem se zadlužovat. Tuto pozitivní situaci lze zařadit mezi skutečnosti, že s podnikáním může co nejdříve začít.

Pro ženu je nejdůležitější i podpora vlastní rodiny, především přítele či manžela. Pokud má doma pozitivní zázemí, může se věnovat svému podnikání naplno.

## **Threats – hrozby**

Některé ženy – podnikatelky může odradit náročná administrativa a hromada papírování při zakládání podniku a taktéž během jeho samotného provozu.

Mezi hrozby lze zařadit také mateřství, kdy se žena nemůže naplno věnovat práci a soustředit se jen na své podnikání.

I stát se může pro ženu – podnikatelku stát hrozbou, kdy nestabilní politická či ekonomická situace může ovlivnit chod podniku.

#### **4.4 PEST analýza**

Zde stanovíme jednotlivé faktory PEST analýzy, kam patří politické, ekonomické, sociální a technologické faktory.

##### **Political – politické faktory**

Česká republika je parlamentní republika se zastupitelskou demokracií. Politický systém v ČR se dělí na zákonodárnou moc, kterou vykonává Parlament České republiky, dále výkonnou moc, zastoupenou vládou ČR, prezidentem republiky a nakonec moc soudní. Nejvyšším zákonem státu se roku 1993 stala Ústava České republiky společně s Listinou základních práv a svobod.

Jak už bylo tady řečeno, zákonodárnou moc vykonává Parlament ČR, který je složen ze dvou komor – Poslanecké sněmovny a Senátu. Poslanecká sněmovna projednává a schvaluje zákony, je jí umožněno právo vyslovit nedůvěru vládě a také rozhoduje o státním rozpočtu. Poslanec popřípadě skupina poslanců má právo navrhopvat zákony. Kdežto Senát jedná pouze o zákonech přijatých ze sněmovny a vyslovuje souhlas, případně nesouhlas s mezinárodními smlouvami nebo vyslovuje souhlas/nesouhlas s vyhlášením válečného stavu. Je důležité dodat, že pouze Senát může podat žalobu na prezidenta Ústavnímu soudu za velezradu. Dále předkládá prezidentu návrhy na udělení státních vyznamenání. Avšak nemá právo rozhodovat o státním rozpočtu.

Moc výkonná je rozdělena mezi vládu ČR a prezidenta. Vláda České republiky je vrcholným orgánem výkonné moci v čele s premiérem (momentálně Ing. Andrej Babiš). Prezident (nyní Miloš Zeman) je hlavou státu republiky a mezi jeho pravomoci patří jmenování či odvolávání předsedy a dalších členů vlády. Také přijímá jejich demisi (odstoupení) a podepisuje zákony. Zároveň svolává zasedání Poslanecké sněmovny a může ji i rozpustit. Má právo Parlamentu vrátit přijatý zákon s výjimkou ústavního zákona.

Soudní moc je vykonávána nezávislými soudy. Jednotliví soudci by měli být při výkonu své funkce absolutně nezávislí a jejich nestrannost nesmí být ohrožena. Na dodržování ústavy dbá Ústavní soud, avšak celou soustavu soudů tvoří Nejvyšší soud. Dále zde patří Nejvyšší správní soud, vrchní, krajské a okresní soudy.

## **Economical – ekonomické faktory**

Česká republika patří mezi rozvinuté průmyslové ekonomiky ve střední a východní Evropě. V roce 2018 pocítujeme vzrůst inflace o 1,8 procentního bodu. Míra inflace je tedy 2,4 %. HDP meziročně vzrostlo o 4,5 procentního bodu.

Nezaměstnanost v České republice stále klesá a řadí se mezi jednu z nejnižších v Evropě. Celkovou nezaměstnanost v České republice k únoru 2018 tvoří celkem 281 000 nezaměstnaných lidí. Míra nezaměstnanosti je 3,7 %. V současnosti je 53,5 % nezaměstnaných žen a 47,5 % nezaměstnaných mužů.<sup>25</sup> Průměrná mzda každoročně roste a za rok 2017 činí 29 504 Kč.

Vstupem do Evropské unie se zlepšovala výkonnost české ekonomiky, jelikož vznikla možnost čerpat peněžní prostředky z fondů Evropské unie.

Co se týče zahraničního obchodu, mezi nejdůležitější partnery patří především Německo, Slovensko, Polsko a Rakousko. Hodnota celkového vývozu k lednu 2018 vzrostla o 3,6 procentního bodu. Hodnota celkového dovozu k témuž měsíci vzrostla o 8,5 procentního bodu.

## **Social – sociální faktory**

Počet obyvatel – Celkový počet obyvatel ke konci roku 2017 bylo celkem 10 610 055 obyvatel a meziročně roste. V České republice žije o cca 200 000 žen více než mužů.<sup>26</sup> Nejvíce obyvatel žije ve Středočeském kraji (více než 1 300 000 obyvatel) a poté následuje Hlavní město Praha. Nejméně obyvatel žije v Karlovarském kraji.

Věkové složení obyvatel – Průměrný věk obyvatelstva v České republice je 42,0 let. Z toho muži mají průměrně 40,6 let a ženy 43,4 let, což je o 2,8 let více. Nejpočetnější věková skupina je 15 – 64 let (přesněji 65,6 %). Dále následovali obyvatelé ve věku 65 let a více (18,8 %). Nejméně tvoří populaci ČR děti do 15 let (pouhých 15,6 %). (ČSÚ, 2017)

---

<sup>25</sup> Český statistický úřad | ČSÚ [online]. [cit. 26.03.2018]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/45709986/30000417k4.pdf/1beccd20-9c55-42c2-bba1-cedb2c960f90?version=1.1>

<sup>26</sup> Český statistický úřad | ČSÚ [online]. [cit. 26.03.2018]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/45948544/1300641710.pdf/708d0b45-5ebd-4231-a536-a28954c7f4b9?version=1.0>



Vzdělanost populace – Základní vzdělání má pouze 17,6 % obyvatel. Střední odborné vzdělání má celkem 33 % populace a úplné střední vzdělání má celkem 27,1 % lidí. Vyšší odborné vzdělání má pouze 4,1 % obyvatelstva. Celkem 12,5 % populace disponuje vysokoškolským vzděláním. Bez školního vzdělání je 0,5 % obyvatel České republiky. U 5,3 % bohužel nebylo zjištěno jejich nejvyšší dosažené vzdělání.<sup>27</sup>

### **Technological – technologické faktory**

V České republice odpovídá za výzkum a vývoj nejvíce Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (MŠMT), dále také Rada pro výzkum, vývoj a inovace (RVVI). Největší podíl na poskytování podpory pro vědu a výzkum a vědu ze státního rozpočtu má Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy společně s Akademií věd České republiky. O něco méně se na něm podílí také Ministerstvo průmyslu a obchodu, Grantová agentura ČR a další instituce.

Návrh o rozpočtu na vědu projednává Rada vlády pro výzkum, vývoj a inovace (RVVI) a následně jej předkládá vládě. Pro aktuální rok je schválený výdej finančních prostředků na vědní oblast 36 miliard korun. Tato částka každoročně roste.<sup>28</sup>

Mezi podporu můžeme zařadit také fakt, že si podnikatel investující do výzkumu a vývoje může uplatnit zvláštní odčitatelnou položku, a tím pádem dojde k dosažení daňové úspory.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup>Český statistický úřad | ČSÚ [online]. [cit. 26.03.2018]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/documents/10180/46173161/32018117\\_0103.pdf/ae0869f8-e418-40d7-8f03-9e0b1da11151?version=1.0](https://www.czso.cz/documents/10180/46173161/32018117_0103.pdf/ae0869f8-e418-40d7-8f03-9e0b1da11151?version=1.0)

<sup>28</sup>Vláda schválila rozpočet na vědu pro rok 2018 | Výzkum a vývoj v ČR . *Výzkum a vývoj v ČR* [online]. 2015, Rada pro výzkum, vývoj a inovace. Vytvořil Internet Projekt, a. s. [cit. 27.03.2018]. Dostupné z: <http://www.vyzkum.cz/FrontAktualita.aspx?aktualita=807313>

<sup>29</sup>Odčitatelná položka na podporu výzkumu a vývoje - Portál POHODA. *Informace pro účetní a podnikatele - Portál POHODA* [online]. 2012 STORMWARE s.r.o. [cit. 27.03.2018]. Dostupné z: <https://portal.pohoda.cz/dane-ucetnictvi-mzdy/dan-z-prijmu/odcitatelna-polozka-na-podporu-vyzkumu-a-vyvoje/>

## 4.5 Počet podnikatelů a podnikatelek v ČR

Dle Ministerstva průmyslu a obchodu (MPO) bylo celkem ke 4. čtvrtletí roku 2017 celkem zaevidováno 2 009 927 podnikajících osob. Z tohoto celkového počtu je dohromady pouze 724 389 žen - podnikatelek a 1 285 538 mužů – podnikatelů.

Dále ve stejném čtvrtletí bylo sečteno celkem 2 854 598 osob s živnostenským oprávněním. Počet žen s ŽO je celkem 942 129 a mužů 1 912 469.

V následující tabulce lze vidět porovnání počtu podnikatelů a podnikatelek ve 4. čtvrtletí roku 2016 se 4. čtvrtletím roku 2017.

*Tab. 4.1: Porovnání počtu podnikatelů a podnikatelek*

	<b>Celkem</b>	<b>Počet podnikatelek</b>	<b>Počet podnikatelů</b>
<b>2016</b>	1 996 337	716 533	1 279 804
<b>2017</b>	2 009 927	724 389	1 285 538
<b>Rozdíl</b>	<b>+ 13 590</b>	<b>+ 7 856</b>	<b>+ 5 734</b>

Zdroj: Vlastní zpracování na základě údajů z MPO

V další tabulce je uvedeno také porovnání 4. čtvrtletí 2016 se 4. čtvrtletím 2017. Ovšem následující porovnání se týká osob vlastníků živnostenské oprávnění.

*Tab. 4.2: Porovnání počtu živnostenských oprávnění*

	<b>ŽO</b>	<b>Ženy</b>	<b>Muži</b>
<b>2016</b>	2 871 189	956 866	1 914 469
<b>2017</b>	2 854 598	942 129	1 912 469
<b>Rozdíl</b>	<b>- 16 591</b>	<b>- 14 737</b>	<b>- 1 854</b>

Zdroj: Vlastní zpracování na základě údajů z MPO

## 4.6 Rozdíl v odměňování u mužů a žen

V Evropské Unii bohužel v současné době nenalezneme stát, kde by měly ženy v průměru vyšší mzdu než muži. Průměrně rozdíl ze států EU činí 16,3 %. Češky mají plat nižší

o 22,5 % než muži a hůře jsou na tom pouze ženy z Estonska. Naopak nejmenším rozdílem se může pyšnit Itálie, kde ženy pobírají jen o 5,5 % menší mzdu než pánové.<sup>30</sup>

Neporovnávalo se zde finanční ohodnocení žen a mužů na stejných pozicích, ale srovnávaly se pouze hodinové mzdy obou pohlaví v roce 2015.

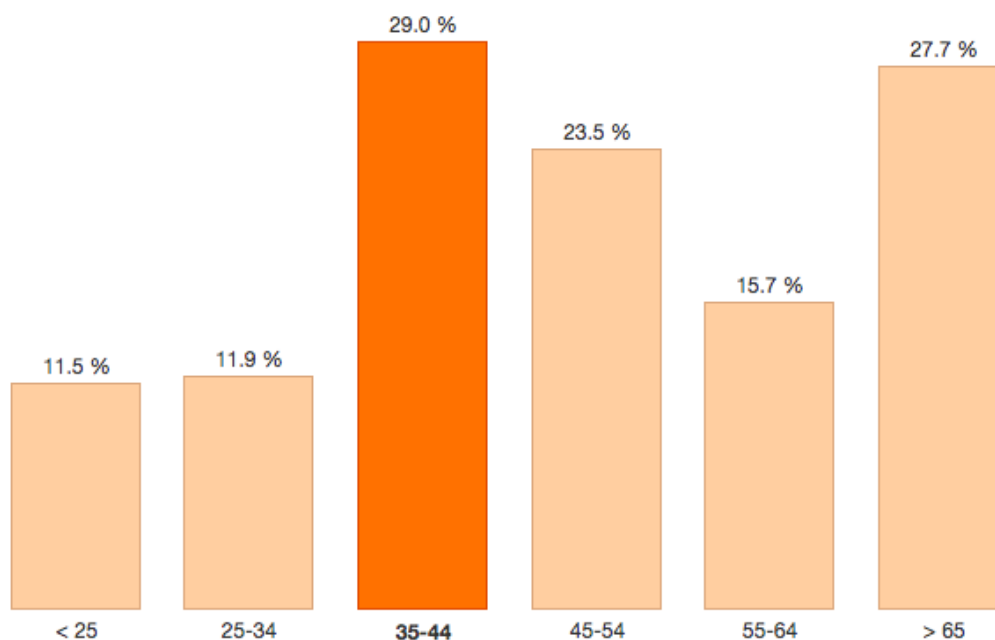
Při porovnání manažerských platů je rozdíl 28 %, kdy muž vydělá za hodinu přes 800 Kč, kdežto žena manažerka nedosáhne za hodinu ani na 600 Kč.

Naopak nejmenší rozdíl se nachází v administrativě, službách a prodeji, kdy rozdíl v platovém ohodnocení činí „pouhých“ 8 %.

---

<sup>30</sup>Rozdíl v platu mužů a žen je v EU největší v Estonsku a Česku | ČeskéNoviny.cz. *České noviny* | ČeskéNoviny.cz [online]. 2018 ČTK [cit. 05.04.2018]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/rozdil-v-platu-muzu-a-zen-je-v-eu-nejvetsi-v-estonsku-a-cesku/1540085>

Graf 4.20: Platové rozdíly mužů a žen dle věkové kategorie



Zdroj:<sup>31</sup>

V následujícím grafu lze vidět, že největší rozdíl přichází po 35. roce, kdy se většinou ženy vrací z mateřské dovolené zpět do pracovního procesu. Znovu je výraznější rozdíl až po 65. roce, kdy se tyto platové rozdíly promítají především do výše důchodu.

---

<sup>31</sup>Rozdíl ve mzdách mezi českými muži a ženami je 22 procent, v Evropě třetí nejvyšší | iROZHLAS - spolehlivé zprávy. *iROZHLAS - spolehlivé a rychlé zprávy* [online]. [cit. 05.04.2018]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/rozdil-ve-mzdach-mezi-ceskymi-muzi-a-zenami-je-22-procent-v-evrope-treti-nejvyssi-\\_201604070600\\_jbocek](https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/rozdil-ve-mzdach-mezi-ceskymi-muzi-a-zenami-je-22-procent-v-evrope-treti-nejvyssi-_201604070600_jbocek)

## 5 SHRUTÍ A DOPORUČENÍ

Výzkum proběhl naprosto bez komplikací a trval více než jeden měsíc. Dotazník zodpovědělo více jak 150 žen, tudíž mohlo dojít k podrobné analýze získaných dat. Dále budou vypsány jednotlivé návrhy řešení pro danou problematiku žen v podnikání.

### 5.1 Zhodnocení dotazníkového šetření

Z výsledků výzkumu vyplývá, že více jak polovina dotazovaných respondentek během svého života o zahájení vlastního podnikání alespoň uvažovala. Nejvíce žen by ráda podnikala v oboru služby, krása a životní styl nebo gastronomii. Naopak nejméně žen by se v tomto případě zajímala o podnikání v automobilovém průmyslu či zdravotnictví.

Téměř většina dotazovaných má ve svém okolí někoho, kdo již má nějaké zkušenosti s podnikáním. Mezi hlavní důvody, proč ženy začaly uvažovat o vlastním podnikání patří především časová a finanční nezávislost či flexibilita. Naopak pro minimum dotazovaných žen je hlavním důvodem vlastního podnikatelského záměru vysoký finanční zisk.

Nejvíce žen trápí chybějící nápad a strach, že nebudou mít dostatek volného času na svoji rodinu. Mezi závažné důvody také patří hromada papírování, která doprovází právě vznik podnikatelského subjektu. Naopak dotazované ženy nemají strach z nedostatku nových zkušeností, ani z případného neúspěchu.

Na otázku, jaká je dle respondentek minimální potřeba finančních prostředků do začátku podnikání, nejvíce žen odpovědělo v rozsahu od 100 001 Kč do 500 000 Kč. Druhou nejčastější odpovědí byl rozsah finančních prostředků od 50 001 Kč do 100 000 Kč.

Většina dotazovaných respondentek si myslí, že v oblasti podnikání mají ženy a muži stejné pracovní příležitosti i případné hrozby. Tudíž jsou přesvědčeny o neexistující diskriminaci žen.

Co se týče kurzů k zahájení podnikání, větší polovina respondentek o nich již alespoň slyšela někdy v minulosti. Pouze minimální část žen se některého kurzu zúčastnila. Naopak se najdou i respondentky, které o těchto kurzech nikdy neslyšely a ani nejeví o takové kurzy zájem.

Většina dotazovaných žen nikdy neslyšela o nějaké formě podpory podnikání, která je zaměřena přímo pro ženy. Jen minimální část žen o takové formě slyšela.

Nejčastější a nejznámější formou se stala podpora od Úřadu práce České republiky. Dále respondentky zařadily do odpovědí hlídání dětí, Avon, Grant a #Holkyzmarketingu, které mají jak přednášky, tak i meetingy a networking. Znáám je také Lady's klub, Moudré podnikání žen a další společné business kluby, např. Business for Breakfast či Empiria 21.

U využití těchto forem podpory k podnikání ženy nejčastěji odpovídaly, že neví, zdali by ji v budoucnu někdy využily. Ostatní dotázané ženy by ji nejspíše využily a jen minimum respondentek by takovou formu podpory nevyužila.

Co se týče stejných finančních výdělků u mužů a žen, jsou respondentky přesvědčeny, že obě pohlaví nedosahují v podnikatelské činnosti stejných či rovných výdělků.

Více jak polovina dotazovaných žen si nemyslí, že ženy, jakožto podnikatelky jsou nějakým způsobem diskriminovány.

Pouze 20 žen, příp. slečen ze všech dotazovaných působí v rodinném podniku.

Nejvíce odpovědí bylo získáno od respondentek ve věkové kategorii 19 – 25 let. Druhou nejpočetnější skupinou dotazovaných se staly ženy ve věku 26 – 33 let. Dále odpovídaly ženy ve věku 34 – 41 let, 42 – 50 let a 59 a výše.

Většina žen, které zodpověděly dotazník pochází ze Zlínského kraje, těsně za ním následuje kraj Moravskoslezský a poté Hlavní město Praha. Celkem se zúčastnily ženy z třinácti krajů České republiky.

Více jak polovina dotazovaných je svobodná s partnerem, dále jsou ženy vdané a těsně za nimi svobodné ženy bez partnera. Pouze 4 ženy jsou rozvedené.

Nejvíce žen, které se zapojily do dotazníkového šetření mají středoškolské vzdělání zakončené maturitou. Poté následují ženy s vysokoškolským vzděláním a pouze 2 ženy mají jen základní vzdělání.

Téměř polovina respondentek tvoří studentky. Skoro o polovinu méně tvoří zaměstnané ženy, následují ženy na mateřské dovolené a také ženy, které jsou již podnikatelkami. Pouze 3 ženy jsou momentálně nezaměstnané.

## **5.2 Návrhy a řešení**

Na základě výsledků dotazníkového šetření jsou podány návrhy a řešení pro danou problematiku. Návrhy jsou určeny nejen pro začínající, příp. zkušené podnikatelky, ale také pro zaměstnankyně a podniky. Dále také pro Českou republiku jako celek.

### **Mít oporu**

Pro všechny podnikatelky je velmi důležité mít oporu partnera, někoho, komu mohou naprosto důvěřovat a s kým mohou vše sdílet. On je bude chápat, podporovat a dodávat sílu ve chvílích, kdy bude potřeba.

### **Plánování**

Pro ženu - podnikatelku je velmi důležité umět plánovat svůj čas. Hlavním důvodem je skloubení rodinného života s pracovním. Snažit se alespoň částečně rovnoměrně skloubit čas strávený s rodinou a podnikáním, aby to nebylo na úkor jednoho či druhého.

### **Vymezení času na rodinu**

Aby netrpěl rodinný či pracovní život, je nutné věnovat své rodině dostatek času. Pokud by si jej podnikatelka nenašla, je možné, že by v budoucnu mohla litovat, že prošvihla určitou fázi dětského vývoje. Neustále by se měla zajímat nejen o koníčky svých dětí i ale i o to, co je trápí či těší. Partnera by žena neměla odstavit na tzv. druhou kolej. Protože tak, jako ona potřebuje vědět, že je tu vždy pro ni, tak on potřebuje totéž cítit od ní.

### **Jít si za svým cílem**

Do podnikání by se ženy občas měly vrhat více aktivněji, tak jako to dělají muži. To ale neznamená, že by si budoucí podnikatelka neměla důkladně promyslet a předvídat možná rizika podnikání. V mnoha případech je dobré dát na svoji vnitřní intuici a říci „risk je zisk.“

### **Osobní návštěva a konzultace s podnikateli z okolí**

Vždy je lepší, pokud má podnikatelka informace přímo z praxe od známé osoby. Ta ji může podat osobní zkušenosti a rady do začátků.

## **Našetřené finanční prostředky**

Jak pro podnikatele tak i pro podnikatelky je lepší mít do začátku alespoň něco našetřeno. Důvodem je především to, aby se žena nemusela hned v začátcích zadlužit vůči bance nebo jiným finančním institucím. To by totiž mohlo mít na první kroky vlastního podnikání zásadní vliv.

## **Větší propagace kurzů pomáhající začátku podnikání**

Z výsledků bylo zjištěno, že pouze minimum žen slyšelo o kurzech, které pomáhají při začátcích podnikání. Proto by nebylo od věci tyto kurzy propagovat mnohem více. Je spousta možností, jak tyto kurzy představit veřejnosti – v televizi, rádiu, novinách, internetu, případně propagačních letácích. Také je nutná dobrá pověst kurzu, aby jej absolvující podnikatelka dále doporučila dalším zájemkyním. Tyto kurzy by měly být zaměřeny na to, co vše je potřebné pro začínající podnikatelky. Může se jednat například o seznámení s veškerým papírováním, právem a povinnostmi vůči státním orgánům a institucím.

## **Méně papírové agendy a legislativních povinností**

Česká republika by měla zjednodušit veškeré kroky a formality, které jsou potřebné k zahájení podnikatelské činnosti. Pro menší podnikatele by nebylo od věci skloubit jednotlivé kontroly pod jeden existující úřad.

## **Sledování mzdových rozdílů v ohledu na pohlaví**

V této oblasti by nebylo rozhodně na škodu více sledovat odměňování mužů a žen. V EU momentálně neexistuje stát, kde by ženy měly v průměru vyšší mzdu než muži. Tato problematika by měla být více sledována a jednotlivé podniky by se měly snažit tuto situaci řešit.

## **Nerovnost podnikatelek**

Pokud je podnikatelka matkou, tak je znevýhodněna, jelikož nemá nárok na sociální dávky při ošetřování svých nemocných dětí. Jestliže by dítě podnikatelky bylo nemocné častěji, nebo dlouhodobě, může to mít špatné následky pro její podnikatelský záměr. V této oblasti je potřeba zapracovat na dané problematice a poskytnout dávky i těmto ženám.



## **Výpomoc v domácnosti, hlídání dětí**

Pro začínající podnikatelku může být honorář za placení výpomoci v domácnosti a za hlídání dětí problematickým finančním břemenem. Stát by měl tyto výdaje schválit jako daňově uznatelnou položku, případně poskytnout finanční příspěvek jako podporu podnikání.

## **Zajištění dostatečných kapacit předškolních zařízení**

V České republice existuje přes 5 000 mateřských škol. I přes tento počet se nadále potýkáme s nedostatečnými kapacitami předškolních zařízení.<sup>32</sup> Míst ve školkách sice postupně přibývá, ale stále jsou zamítnuty desítky tisíc žádostí o přijetí dětí do školek. Tudíž by bylo potřeba se zaměřit na počty školek a počtu předškolních dětí v jednotlivých krajích.

## **Ženy ve vedení společnosti**

Studie s názvem Women in the Boardroom – A global perspective vedená společností Deloitte, zkoumala zastoupení žen ve vedení firem celkem v 64 zemích světa, včetně České republiky. Studie ukázala, že ČR má ve vedení firem pouze 9 % žen, což naši republiku řadí až na jedny z posledních míst v celosvětovém žebříčku. Bylo by tedy vhodné zavedení povinných kvót nejen ve státních, ale také obchodních společnostech. Tyto kvóty byly zavedeny v roce 2007 v Norsku a ve vedoucích funkcích společností působí 42 % žen.<sup>33</sup>

## **Odměňování mužů a žen na stejných pozicích**

Žena a muž na stejné pracovní pozici se všemi právy a povinnostmi, má jiné finanční ohodnocení za odvedenou práci. Muž za stejnou činnost bere větší finanční obnos než žena. Bohužel tento trend je znám už velmi dlouho, i když oba pracují na stejné úrovni. Firmy by se nad tímto nepříjemným problémem měly pozastavit a v budoucnu jej řešit k oboustranné spokojenosti.

---

<sup>32</sup>Míst ve školkách pomalu přibývá. Počet odmítnutých dětí je ale stále vysoký - Deník Referendum. *Deník Referendum* [online]. Vydavatelství Referendum s.r.o. 2018 [cit. 16.04.2018]. Dostupné z: <http://denikreferendum.cz/clanek/25302-mist-ve-skolkach-pomalu-pribyva-pocet-odmitnutych-deti-je-ale-stale-vysoky>

<sup>33</sup>Studie: Ženy ve vedení firem v roce 2017 | Management News. [online]. Dostupné z: <https://www.managementnews.cz/manazer/obchod-a-finance-id-147986/studie-zeny-ve-vedeni-firem-v-roce-2017-id-3181718>

### **Aktivita ze strany Úřadu práce**

Když se ženě nepodaří najít uplatnění na pracovním trhu, měla by navštívit Úřad práce. Tato instituce by jí měla v této složité situaci pomoci. Prvotní nabídka volných míst by měla být nejbližší jejímu dosavadnímu vzdělání. V případě, že taková pozice momentálně není, měl by jí zaměstnanec Úřadu práce seznámit s dalšími alternativami, jak se uplatnit na pracovním trhu. To znamená, že by ji měl informovat, jaké existují další možnosti. Jedná se o různé rekvalifikační kurzy, kde může nabýt nové zkušenosti, které ji umožní lepší a žádané uplatnění v profesním životě včetně kurzů pro začínající podnikatelky.

## 6 ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit a zhodnotit zájem a možnosti žen o podnikání v České republice. Současně také odhalit případné bariéry a obavy při vstupu žen do podnikatelské činnosti.

První část se zabývala teorií podnikání žen a žen podnikatelek, kde byly především objasněny základní pojmy, které se týkaly nejen podnikání, ale také zde byly vysvětleny pojmy jako je feminismus, či gender. Dále jsou v této části uvedeny podpory podnikání žen, které nabízejí jednotlivé asociace. Následně jsou zde uvedeny programy nebo projekty, které slouží přímo na podporu žen. Poté je část věnována popisem metod řešení, kde je poukázáno nejen na různá šetření, jako jsou dotazníky, rozhovory, pozorování, případně experimenty, ale také jak je možno vybrat ty nejvhodnější respondenty na určitý výzkum. V práci je detailněji rozebrána SWOT analýza, která se zaměřuje na zhodnocení nejen vnějších, ale rovněž vnitřních faktorů ovlivňujících podnikání. Poté je podrobněji popsána PEST analýza, která naopak slouží ke zjištění makroprostředí podniku.

Následující část už se věnuje konkrétnímu zkoumanému problému, kde je uvedeno nejen jak šetření probíhalo, ale také jak dlouho výzkum trval a kolik respondentek byla ochotna poskytnout odpovědi. Odpovědi na jednotlivé otázky jsou vyjádřeny v grafech a následně jsou okomentovány. Nejdříve se jedná o otázky ohledně podnikání a poté jsou jednotlivé dotazy zaměřeny na osobnost respondentky. Dále jsou zde rozpracovány nejen SWOT analýza, která říká, jaké jsou silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby podnikání žen, ale i PEST analýza, která vypovídá o vnějších vlivech na podnikání žen. Následně zde nalezneme vývoj počtu podnikatelů a podnikatelek v České republice a také platové rozdíly mužů a žen. Jako poslední je uvedeno shrnutí jednotlivých výsledků a následné doporučení a návrhy řešení pro budoucí podnikatelky.

Závěrem lze konstatovat, že ženy mají velký zájem o podnikání, ale také mají obavy začít, hlavně kvůli složité administrativě a ztrátě času, který mohou věnovat vlastní rodině. Hlavním důvodem, proč ženy vůbec o podnikání přemýšlejí je časová flexibilita a finanční nezávislost.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### Odborná literatura

ČVANČAROVÁ, Zuzana a kol. *Podniková ekonomika B*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, Ekonomická fakulta, 2007. ISBN 978-80-248-1422-3.

DOBIÁŠOVÁ, Petra, Monika MCGARRELL KLIMENTOVÁ a Marcela ADAMUSOVÁ. *Ženy a muži ve městech a obcích - aneb, Co je to gender mainstreaming: praktická příručka*. Praha: Fórum 50%, 2015. ISBN 978-80-904447-6-8.

FOTH, Silke. *Rituály čarodějek byznysu*. Praha: Management Press, 2006. ISBN 80-7261-144-5.

GOLEMAN, Daniel. *Emoční inteligence*. Vyd. 2. Praha: Metafora, 2011. ISBN 978-80-7359-334-6.

HUMLOVÁ, PO CZATKOVÁ a FIALOVÁ. *Podnikání a podnik II*. Ostrava: Vysoká škola podnikání, 2005. ISBN 80-86764-19-2.

JANIŠOVÁ, Dana a Mirko KŘIVÁNEK. *Velká kniha o řízení firmy: [praktické postupy pro úspěšný rozvoj]*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4337-0.

KOZEL, MYNÁŘOVÁ a SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3527-6.

KŘÍŽKOVÁ, Alena. *Pracovní dráhy žen v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011. ISBN 978-80-7419-054-4.

KŘÍŽKOVÁ, Alena a Karel PAVLICA. *Management genderových vztahů: postavení žen a mužů v organizaci*. Praha: Management Press, 2004. ISBN 80-7261-117-8.

NOVÝ, Ivan a Martin LUKEŠ. *Psychologie podnikání: osobnost podnikatele a rozvoj podnikatelských dovedností*. Praha: Management Press, 2005. ISBN 80-7261-125-9.

PO CZATKOVÁ, Blanka a Martina BRŇOVJÁKOVÁ. *Podnikání a ženy*. Havířov: in-PRESS CZ, 2015. ISBN 978-80-905178-4-4.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6.

## Elektronické dokumenty a ostatní

*Aktuality | Vyšší odborná škola zdravotnická a Střední zdravotnická škola* [online]. [cit. 17.03.2018]. Dostupné z: <http://www.zshk.cz/files/technikysberudat2.pdf>

Český statistický úřad | ČSÚ [online]. [cit. 26.03.2018]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/45948544/1300641710.pdf/708d0b45-5ebd-4231-a536-a28954c7f4b9?version=1.0>

Český statistický úřad | ČSÚ [online]. [cit. 26.03.2018]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/45964084/1300721701.pdf/d9337f5b-a803-492e-acad-6311764fc8b4?version=1.0>

DotaceEU.cz - Úvodní strana. [online]. 2012 Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, všechna práva vyhrazena [cit. 07.02.2018]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Uvodni-strana>.

Družstvo. *business.center.cz* [online]. 1998 [cit. 26.02.2018]. Dostupné z: <https://business.center.cz/business/pravo/formypodn/druzstvo/>

Gender - Fenomén gender. *CAVI* [online]. [cit. 17.03.2018]. Dostupné z: <http://www.cavi.cz/gender.html>

Genderový audit | Centrum Kašpar. *Centrum Kašpar* [online]. [cit. 05.03.2018]. Dostupné z: <http://centrum-kaspar.cz/genderovy-audit/>

Gender Studies: . *Gender Studies*: [online]. 2008 Gender Studies, o.p.s. [cit. 17.03.2018]. Dostupné z: <http://genderstudies.cz/>

Home. *Home* [online]. 2014, 2015, 2016 Středočeská asociace manažerek a podnikatelek, [cit. 07.02.2018]. Dostupné z: <http://www.stredoceske-podnikatelky.cz/>.

Interaktivní Katalog VTP – Společnost vědeckotechnických parků ČR, z.s.. *Společnost vědeckotechnických parků ČR, z.s. – Science and Technology Parks Association CR* [online]. [cit. 26.02.2018]. Dostupné z: <http://www.svtp.cz/katalog/>

iROZHLAS - spolehlivé a rychlé zprávy. *iROZHLAS - spolehlivé a rychlé zprávy* [online]. Dostupné z: <https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/rozdil-ve-mzdach-mezi-ceskymi-muzi-a-zenami-je-22-procent-v-evrope-treti-nejvyssi->

\_201604070600\_jbocek[https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/rozdil-ve-mzdach-mezi-ceskymi-muzi-a-zenami-je-22-procent-v-evrope-treti-nejvyssi-\\_201604070600\\_jbocek](https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/rozdil-ve-mzdach-mezi-ceskymi-muzi-a-zenami-je-22-procent-v-evrope-treti-nejvyssi-_201604070600_jbocek)

KARABÍNOVÁ, Natálie. Podnikání žen, Ostrava 2016. Bakalářská práce. Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, Fakulta ekonomická, Katedra podnikohospodářská.

Kde se vzala a k čemu je PEST analýza - BusinessVize.cz. *Informace pro vaše podnikání - BusinessVize.cz* [online]. 2010 [cit. 17.03.2018]. Dostupné z: <http://www.businessvize.cz/planovani/kde-se-vzala-a-k-cemu-je-pest-analyza>

Koncesované živnosti - jakpodnikat.cz. *Jakpodnikat.cz - daňový portál OSVČ - jakpodnikat.cz* [online]. [cit. 26.02.2018]. Dostupné z: <http://www.jakpodnikat.cz/zivnosti-koncesovane.php>

KOŠCOVÁ, Zuzana. Zhodnocení zájmu vybraných firem o poradenské služby. Ostrava, 2015. Diplomová práce. Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, Fakulta ekonomická, Katedra podnikohospodářská.

Kvantitativní výzkum 3 – Výběr vzorku a typy dotazování - Blog Survio. [online]. [cit. 17.03.2018]. Dostupné z: <https://www.survio.com/cs/blog/serialy/kvantitativnivyzkum-3-vyber-vzorku-a-typy-dotazovani>

LVS Základní pojmy. *LVS Úvod* [online]. 2018 Insion [cit. 05.03.2018]. Dostupné z: <http://lvsprilezitost.cz/zakladni-pojmy>

LAKOMÁ, Veronika. Specifika podnikání žen. Ostrava, 2016. Bakalářská práce. Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, Fakulta ekonomická, Katedra podnikohospodářská.

METODY A TECHNIKY SBĚRU DAT - Management, Marketing. *Management, Marketing - Vše co student potřebuje vědět* [online]. [cit. 17.03.2018]. Dostupné z: <http://managment-marketing.studentske.eu/2010/09/8-metody-techniky-sberu-dat.html>

Občanský zákoník - Část I. - Hlava II - Díl 5 - Podnikatel. *business.center.cz* [online]. 1998 [cit. 09.11.2017]. Dostupné z: <https://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik/cast1h2d5.aspx>.

Obchodní společnosti osobní a kapitálové - Firemnifinance.cz. *Firemnifinance.cz podnikání, daně, finance, zákony, kalkulačky, formuláře* [online]. 2000 [cit. 26.02.2018]. Dostupné z: <https://firmy.finance.cz/zivot-podnikatele/zahajeni-podnikani/obchodni-korporace/obchodni-spolecnosti/>

Odčitatelná položka na podporu výzkumu a vývoje - Portál POHODA. Informace pro účetní a podnikatele - Portál POHODA [online]. 2012 STORMWARE s.r.o. Jakékoliv užití obsahu včetně převzetí a šíření článků a fotografií je bez souhlasu STORMWARE s.r.o. zakázáno. [cit. 27.03.2018]. Dostupné z: <https://portal.pohoda.cz/dane-ucetnictvi-mzdy/dan-z-prijmu/odcitatelna-polozka-na-podporu-vyzkumu-a-vyvoje/>

Online dotazníky a jejich výhody / nevýhody - Blog Survio. [online]. 2012 [cit. 17.03.2018]. Dostupné z: <https://www.survio.com/cs/blog/serialy/online-dotazniky-1-vyhody-a-nevyhody-2>

Orgány akciové společnosti | Akciová společnost - Vše o akciových společnostech od založení až po zánik. *Akciová společnost - Vše o akciových společnostech od založení až po zánik* [online]. 2018 [cit. 26.02.2018]. Dostupné z: <http://www.akciovaspolecnost.com/organy-akciove-spolecnosti/>

Peníze jsou věda Jak Česko financuje svůj výzkum | Česko v datech. Česko v datech [online]. 2016, Česko v datech [cit. 27.03.2018]. Dostupné z: <http://www.ceskovdatech.cz/clanek/77-penize-jsou-veda-br-jak-cesko-financuje-svuj-vyzkum/>

PEST analýza. *Marketing, propagace* [online]. [cit. 17.03.2018]. Dostupné z: <http://www.marke.cz/pest-analyza/>

Počty podnikajících fyzických osob a živnostenských oprávnění dle pohlaví | MPO. Ministerstvo průmyslu a obchodu [online]. 2005 [cit. 05.04.2018]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/zivnostenske-podnikani/statisticke-udaje-o-podnikatelich/pocty-podnikajicich-fyzickych-osob-a-zivnostenskych-opravneni-dle-pohlavi--225455/>

Politický systém České republiky. [online]. [cit. 24.03.2018]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Objevte-CR/Fakta-o-CR/Politika/Politicky-system-Ceske-republiky>

Politický systém ČR | [www.atlasceska.cz](http://www.atlasceska.cz). Česká republika - Turistický průvodce - Česká republika | [www.atlasceska.cz](http://www.atlasceska.cz) [online]. 2007 [cit. 24.03.2018]. Dostupné z: <http://www.atlasceska.cz/ceska-republika/cr/politicky-system/>

Prázdninová škola Lipnice [online]. [cit. 17.03.2018]. Dostupné z: [http://pslold.psl.cz/projekt-klicovy-rok/tymoveprojekty/docs/Kliceni\\_Otazky.pdf](http://pslold.psl.cz/projekt-klicovy-rok/tymoveprojekty/docs/Kliceni_Otazky.pdf)

Rozdíl v platu mužů a žen je v EU největší v Estonsku a Česku | [ČeskéNoviny.cz](http://www.ceskenoviny.cz). *České noviny* | [ČeskéNoviny.cz](http://www.ceskenoviny.cz) [online]. 2018 ČTK [cit. 05.04.2018]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/rozdil-v-platu-muzu-a-zen-je-v-eu-nejvetsi-v-estonsku-a-cesku/1540085>

SWOT analýza - ManagementMania.com. [online]. 2011 [cit. 17.03.2018]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>

SWOT ANALÝZA - Publikace | Fučík & Partners. *Úvod* | *Fučík & Partners* [online]. 2018 Fučík [cit. 17.03.2018]. Dostupné z: <http://www.fucik.cz/publikace/swot-analyza/>

ŠPIDLOVÁ, Barbora. *Sladění podnikání a rodinného života u žen podnikatelek*. Praha, 2012. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze.

Úvod Podnikatelky.eu. [online]. 2018 [cit. 07.02.2018]. Dostupné z: <http://www.podnikatelky.eu/uvod/>.

*Veřejné služby Informačního systému* [online]. [cit. 17.03.2018]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/el/1423/jaro2011/GEN104/25160014/Lazarova.pdf>

Vláda schválila rozpočet na vědu pro rok 2018 | Výzkum a vývoj v ČR . Výzkum a vývoj v ČR [online]. 2015, Rada pro výzkum, vývoj a inovace. Vytvořil Internet Projekt, a. s. [cit. 27.03.2018]. Dostupné z: <http://www.vyzkum.cz/FrontAktualita.aspx?aktualita=807313>

Volná živnost - [jakpodnikat.cz](http://jakpodnikat.cz). *Jakpodnikat.cz - daňový portál OSVČ - jakpodnikat.cz* [online]. [cit. 26.02.2018]. Dostupné z: <http://www.jakpodnikat.cz/zivnosti-volne.php>

Výzkumy.knihovna.cz - Dotazníkový průzkum. *Výzkumy.knihovna.cz - Úvodní stránka* [online]. 2012. Pod záštitou [cit. 17.03.2018]. Dostupné z: <http://vyzkumy.knihovna.cz/ucebnice/dotaznikovy-pruzkum>



Výzkumy.knihovna.cz - Metody sběru dat. *Výzkumy.knihovna.cz - Úvodní stránka* [online]. 2012. Pod záštitou [cit. 17.03.2018]. Dostupné z: <http://vyzkumy.knihovna.cz/ucebnice/metody-sberu-dat>

Zahraniční obchod se zbožím - přeshraniční pojetí | ČSÚ. Český statistický úřad | ČSÚ [online]. [cit. 26.03.2018]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/zo\\_se\\_zbozim\\_podle\\_pohybu\\_zbozi\\_preshranicni\\_statistika](https://www.czso.cz/csu/czso/zo_se_zbozim_podle_pohybu_zbozi_preshranicni_statistika)

Znalosti (Knowledge) - ManagementMania.com. [online]. 2011 [cit. 07.02.2018]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/znalosti-pojem>

Ženy v Saúdské Arábii získají volební právo : Fórum 50 %. *Aktuality : Fórum 50 %* [online]. Dostupné z: <https://padesatprocent.cz/cz/zeny-v-saudske-arabii-ziskaji-volebni-pravo>

## SEZNAM ZKRATEK

<b>a.s.</b>	akciová společnost
<b>CAWI</b>	Computer Assisted Web Interviewing
<b>CATI</b>	Computer Assisted Telephone Interviewing
<b>ČR</b>	Česká republika
<b>ČSÚ</b>	Český statistický úřad
<b>FO</b>	fyzická osoba
<b>FÚ</b>	finanční úřad
<b>GAČR</b>	Grantová agentura ČR
<b>HDP</b>	hrubý domácí produkt
<b>k.s.</b>	komanditní společnost
<b>MPO</b>	Ministerstvo průmyslu a obchodu
<b>PEST</b>	Political, Economical, Social, Technological
<b>PO</b>	právnícká osoba
<b>OSSZ</b>	Okresní správa sociálního zabezpečení
<b>s.r.o.</b>	společnost s ručením omezeným
<b>SWOT</b>	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
<b>RVVI</b>	Rada vlády pro výzkum, vývoj a inovace
<b>v.o.s.</b>	veřejná obchodní společnost
<b>VŠB – TUO</b>	Vysoká škola báňská, Technická univerzita Ostrava
<b>ŽO</b>	živnostenské oprávnění

## Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít toto dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 11.5.2018.....

Vojtěšková

Karolína Vojtěšková

## **SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha č. 1 – Dotazník

Příloha č. 2 – Výsledky dotazníkového šetření

**1. Přemýšlela jste někdy o tom, že byste začala podnikat?**

- ☐ Ano
- ☐ Ne
- ☐ Už podnikám

**2. V jakém oboru byste chtěla podnikat? (Zvolte max. 3 možnost)**

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| <input type="radio"/> Finance                | <input type="radio"/> Gastronomie     |
| <input type="radio"/> Krása, životní styl    | <input type="radio"/> Poradenství     |
| <input type="radio"/> Služby                 | <input type="radio"/> Kultura         |
| <input type="radio"/> Vzdělávání, školství   | <input type="radio"/> Fitness         |
| <input type="radio"/> Zdravotnictví          | <input type="radio"/> Další,...       |
| <input type="radio"/> Automobilový průmysl   | <input type="radio"/> Nechci podnikat |
| <input type="radio"/> Informační technologie |                                       |

**3. Má někdo z Vašeho okolí zkušenosti s podnikáním?**

- ☐ Ano
- ☐ Ne

**4. Proč jste začala uvažovat o vlastním podnikání? (Zvolte max. 3 možnosti)**

- |                                   |                                     |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="radio"/> Flexibilita | <input type="radio"/> Seberealizace |
| <input type="radio"/> Nezávislost | <input type="radio"/> Vysoký zisk   |
| <input type="radio"/> Svoboda     | <input type="radio"/> Další,...     |

**5. Co myslíte, že nejvíce brání zahájení podnikání v ČR? (Zvolte max. 3 možnosti)**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="radio"/> Strach z neúspěchu               | <input type="radio"/> Chybějící nápad       |
| <input type="radio"/> Nedostatek finančních prostředků | <input type="radio"/> Legislativní podmínky |
| <input type="radio"/> Chybějící podpora od státu       | <input type="radio"/> Hromada papírování    |
| <input type="radio"/> Nedostatek zkušeností            | <input type="radio"/> Vysoká konkurence     |
| <input type="radio"/> Nedostatek času na rodinu        | <input type="radio"/> Jiné,...              |

**6. Jaká je dle Vás minimální potřeba finančních prostředků pro začátek podnikání?**

- ☐ 0 – 20 000 Kč
- ☐ 20 001 – 50 000 Kč
- ☐ 50 001 – 100 000 Kč
- ☐ 100 001 – 500 000 Kč
- ☐ 500 001 – výše

**7. Myslíte si, že v oblasti podnikání mají ženy a muži stejné příležitosti a hrozby?**

- ☐ Ano
- ☐ Ne

**8. Víte, že existují kurzy k zahájení podnikání?**

- ☐ Ano, už jsem se zúčastnila
- ☐ Ano, slyšela jsem o nich
- ☐ Ne, ale ráda bych se zúčastnila
- ☐ Ne, nemám o ně zájem

**9. Znáte nějakou formu podpory podnikání pro ženy?**

- ☐ Ano
- ☐ Ne

**10. Pokud jste v předchozí otázce odpověděla ano, napište, o jakou formu se jedná:**

.....

**11. V případě, že byste začala podnikat, využila byste takovou podporu?**

- ☐ Určitě ano
- ☐ Spíše ano
- ☐ Nevím
- ☐ Spíše ne
- ☐ Určitě ne

**12. Myslíte si, že ženy a muži dosahují v podnikatelské činnosti stejných výdělků?**

- ☐ Ano
- ☐ Ne

**13. Myslíte si, že ženy – podnikatelky jsou nějakým způsobem diskriminovány?**

- ☐ Ano
- ☐ Ne

**14. Působíte v rodinném podniku?**

- ☐ Ano
- ☐ Ne

**15. Váš věk**

- ☐ 0 – 18 let
- ☐ 19 – 25 let
- ☐ 26 – 33 let
- ☐ 34 – 41 let
- ☐ 42 – 50 let
- ☐ 51 – 58 let
- ☐ 59 a výše

**16. Z jakého jste kraje?**

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Středočeský</li><li><input type="radio"/> Olomoucký</li><li><input type="radio"/> Zlínský</li><li><input type="radio"/> Hlavní město Praha</li><li><input type="radio"/> Královéhradecký</li><li><input type="radio"/> Pardubický</li><li><input type="radio"/> Moravskoslezský</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Jihomoravský</li><li><input type="radio"/> Jihočeský</li><li><input type="radio"/> Plzeňský</li><li><input type="radio"/> Karlovarský</li><li><input type="radio"/> Ústecký</li><li><input type="radio"/> Liberecký</li><li><input type="radio"/> Vysočina</li></ul> |
|---|--|

**17. Váš rodinný stav je?**

- ☐ Svobodná bez partnera
- ☐ Svobodná s partnerem
- ☐ Vdaná
- ☐ Rozvedená

**18. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?**

- ☐ Základní
- ☐ SŠ bez maturity (odborné učiliště)
- ☐ SŠ s maturitou
- ☐ VŠ
- ☐ Vyšší odborná škola

**19. Vaše aktuální situace?**

- ☐ Jsem studentka
- ☐ Jsem zaměstnaná
- ☐ Jsem nezaměstnaná
- ☐ Mateřská dovolená
- ☐ Podnikám

*Příloha č. 2 – Výsledky dotazníkového šetření*

ID res	Ot.1	Ot.2-1	Ot.2-2	Ot.2-3	Ot.2-4	Ot.2-5	Ot.2-6	Ot.2-7	Ot.2-8	Ot.2-9	Ot.2-10	Ot.2-11	Ot.2-12	Ot.2-13	Ot.3.	Ot.4-1	Ot.4-2	Ot.4-3	Ot.4-4	Ot.4-5	Ot.4-6
1	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	ano	1	1	0	0	0	1
2	ano	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	0	0	1	0	0	1
3	ne	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	ne	0	0	1	0	0	0
4	ano	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	ano	0	1	0	0	1	1
5	už po	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	1	1	0	0	1	1
6	ano	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	ano	0	0	1	0	0	1
7	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	1	0	0	1	0
8	ano	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	1	0	0	1	1
9	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	0	0	1	0	0
10	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	1	1	0	0	0	0
11	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	0	0	0	0	0
12	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	0	1	0	0	0
13	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ne	0	0	1	0	0	0
14	už po	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	ano	1	1	0	0	0	1
15	ano	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1	1
16	už po	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	0	0	0	0	1
17	ano	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	ano	0	0	0	0	1	0
18	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	1	0	1	1
19	ano	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ne	0	0	1	0	1	0
20	už po	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	1	0	0	0	1	1
21	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	0	0	0	0	0
22	ano	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	ano	0	0	1	0	0	1
23	ano	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1	0
24	ano	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0	1
25	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ne	0	0	0	0	0	0
26	ano	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	ano	0	0	1	0	1	0
27	ano	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	ano	0	0	0	0	1	1
28	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1	0
29	už po	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	ano	1	1	0	0	0	1
30	ano	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	1	0	0	1
31	ano	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	1	1	0	0	0	0
32	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	1	1	0	1	0
33	ano	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	0	0	1	0	0	0
34	ne	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0	1
35	ano	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1	1
36	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	0	0	0	1	0
37	ano	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	ne	0	0	0	0	1	1
38	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	ano	0	1	0	0	1	1
39	ano	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	ano	0	0	1	0	0	1
40	ne	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	0	1	0	0	1



41	ano	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	ano	0	0	1	0	0	1
42	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	ano	0	0	1	0	0	1
43	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	ano	0	0	1	1	1	0	0
44	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	1	0	0	0	1	0	0
45	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	0	0	0	0	0
46	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	0	1	0	1	0	0
47	ano	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	0	1	0	0	0	1
48	ano	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	ano	0	0	1	0	1	0
49	ano	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ne	0	0	0	0	0	1
50	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ne	0	1	0	0	0	0
51	ano	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1	0
52	ano	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0	0
53	ano	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0	0
54	ano	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0	0
55	už po	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	ano	1	0	0	0	0	1
56	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	0	0	0	0	1	0
57	ano	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	1	0	1	1
58	ne	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	ano	0	0	0	0	1	0
59	ano	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0	0
60	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	0	0	0	0	0	0
61	už po	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	ano	0	1	0	0	1	1
62	už po	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1	0
63	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	1	0	0	0	1	0
64	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	1	0	0	0	0	0
65	ano	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	1	1	0	0	1	0
66	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ne	0	0	0	0	0	0
67	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	1	0	1	0	0	0
68	už po	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1	0
69	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	0	0	0	1	0
70	už po	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	0	1	0	1	1	1
71	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	0	0	0	1	0	0
72	ano	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	ano	0	1	1	0	0	1
73	už po	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	0	0	0	0	0	0
74	ano	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0	0
75	už po	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	1	0	1	0
76	už po	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1	1
77	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	0	1	0	0	1
78	ano	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0	0
79	už po	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1	0
80	ano	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0	1
81	ano	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	ano	0	0	1	0	1	0

0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	100 00	ne	ne, a	nevím	ne	ne	ne	19 - 2 zlínski Svobo	SŠ s m	studentka
0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	100 00	ano	no, ne	nevím	ne	ano	ano	42 - 5 zlínski	vdaná SŠ s m	podnikám
0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	100 00	ano	no, ne	spíše	ne	ano	ne	19 - 2 morav Svobo	SŠ s m	studentka
1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	50 000	ne	ne, a	spíše	ano	ano	ano	26 - 3 střed	vdaná VŠ	zaměstnaná
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	150 000	ne	ne, n	nevím	ne	ne	ne	34 - 4 zlínski	vdaná Vyšší	( mateřská dovolená
0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	100 00	ne	ano, ne	spíše	ne	ano	ne	19 - 2 zlínski Svobo	SŠ s m	zaměstnaná
0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	100 00	ne	ne, a	určitě	ano	ne	ne	59 a v zlínski Svobo	SŠ bez	nezaměstnaná
0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0 - 20 (	ano	no, ne	nevím	ne	ne	ne	19 - 2 zlínski Svobo	SŠ s m	studentka
0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	50 000	ano	ne, a	nevím	ano	ne	ne	19 - 2 zlínski Svobo	Svobo Základ	studentka
0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	150 000	ne	ne, n	spíše	ne	ne	ne	19 - 2 zlínski Svobo	VŠ	studentka
0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0 - 20 (	ne	ano, ne	nevím	ne	ano	ne	19 - 2 zlínski Svobo	SŠ s m	studentka
0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	100 00	ne	ano, ne	nevím	ne	ano	ne	34 - 4 zlínski	rozvec SŠ s m	zaměstnaná
0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	100 00	ano	no, ne	nevím	ano	ne	ne	19 - 2 zlínski Svobo	SŠ s m	studentka
0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	100 00	ne	ne, a	spíše	ano	ne	ne	19 - 2 zlínski Svobo	SŠ s m	zaměstnaná
1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	50 000	ano	ano, ne	spíše	ne	ano	ne	19 - 2 morav Svobo	SŠ s m	podnikám
0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	500 00	ano	ano, ne	nevím	ano	ne	ne	34 - 4 králov	vdaná VŠ	zaměstnaná
0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	500 00	ano	ano, ne	nevím	ne	ano	ne	19 - 2 střed	vdaná SŠ s m	mateřská dovolená
0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	50 000	ano	ano, ano	Podp	spíše	ne	ne	34 - 4 morav rozvec	VŠ	zaměstnaná
0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	50 000	ano	ne, a	spíše	ano	ne	ne	26 - 3 ústeck	vdaná VŠ	zaměstnaná
0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	50 000	ne	ano, ne	nevím	ano	ne	ne	26 - 3 hlavní Svobo	VŠ	zaměstnaná
0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	20 000	ano	ano, ano	Mysli	nevím	ne	ne	42 - 5 morav	vdaná VŠ	podnikám
0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	20 000	ano	no, ne	nevím	ano	ne	ne	26 - 3 střed	vdaná SŠ s m	podnikám
0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	20 000	ne	ano, ne	nevím	ne	ne	ne	26 - 3 libere	vdaná SŠ s m	mateřská dovolená
0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	500 00	ano	no, ne	nevím	ne	ano	ano	34 - 4 plzeň	rozvec SŠ s m	mateřská dovolená
1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	100 00	ano	no, ne	spíše	ano	ne	ne	19 - 2 hlavní	vdaná SŠ s m	mateřská dovolená
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100 00	ano	no, ne	nevím	ano	ne	ne	34 - 4 hlavní	vdaná VŠ	mateřská dovolená
1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	120 000	ano	no, ne	spíše	ano	ne	ne	34 - 4 Jihoče	vdaná VŠ	zaměstnaná
0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	100 00	ano	no, ne	nevím	ano	ne	ne	26 - 3 zlínski	vdaná SŠ s m	podnikám
0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	100 00	ne	ne, n	určitě	ne	ano	ne	26 - 3 vysoč Svobo	SŠ bez	zaměstnaná
0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0 - 20 (	ano	ano, ano	Kurzy	spíše	ne	ne	34 - 4 střed	vdaná VŠ	podnikám
0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	50 000	ano	ne, a	nevím	ano	ne	ne	19 - 2 hlavní Svobo	VŠ	studentka
0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	100 00	ano	ne, n	nevím	ne	ne	ne	26 - 3 hlavní	vdaná SŠ s m	zaměstnaná
0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	10 - 20 (	ne	ano, ano	Grant	určitě	ne	ano	26 - 3 olomč Svobo	VŠ	mateřská dovolená
0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	120 000	ano	no, ne	spíše	ano	ne	ne	19 - 2 zlínski Svobo	VŠ	studentka
0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0 - 20 (	ano	no, ne	spíše	ano	ne	ano	26 - 3 hlavní	vdaná VŠ	podnikám
0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	20 000	ne	ano, ano	Lady	určitě	ano	ne	26 - 3 králov	vdaná VŠ	podnikám
0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	100 00	ne	ne, n	spíše	ne	ano	ne	26 - 3 pardub	vdaná VŠ	zaměstnaná
0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	500 00	ano	ne, a	určitě	ano	ne	ne	19 - 2 morav Svobo	VŠ	studentka
0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	100 00	ano	no, ne	určitě	ano	ano	ne	19 - 2 zlínski Svobo	VŠ	zaměstnaná
0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	100 00	ano	no, ne	spíše	ano	ne	ne	26 - 3 olomč	vdaná VŠ	zaměstnaná
0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	100 00	ano	no, ne	nevím	ano	ano	ne	19 - 2 zlínski Svobo	VŠ	studentka

82	ano	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
83	už po	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	0	0	0	0
84	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	1	0	0	0
85	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	1	0	0	0
86	ano	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	0	0	1	0	0
87	ano	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	1	0	0	0	0
88	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	1	0	0	0	0
89	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	0	1	0	0
90	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	ano	1	0	0	0	0
91	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	0	0	1	0	0
92	ano	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	1	1	0	1
93	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	0	0	0	1
94	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	1	0	0	0
95	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	ne	0	0	1	0	1
96	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ne	0	0	1	0	0
97	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1
98	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	0	1	0	0
99	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	0	0	1	0	1
100	už po	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	1	0	0	1
101	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	0	0	0	0
102	ano	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	ano	1	0	0	0	0
103	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	ano	0	1	0	0	0
104	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	ano	0	0	0	0	1
105	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1
106	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0
107	ano	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	ano	0	0	1	0	1
108	ano	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ne	0	0	0	0	0
109	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	ano	0	0	0	0	0
110	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	ano	0	0	1	0	1
111	ano	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1
112	ano	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0
113	ano	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	ne	0	0	0	0	1
114	ano	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	ano	0	0	0	0	1
115	ano	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	1	0	1
116	už po	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0
117	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	ano	1	1	0	0	1
118	ano	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	ano	0	0	0	0	1
119	ano	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	ne	0	0	1	0	1
120	ano	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0
121	ano	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1
122	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ne	0	0	0	0	0

123	už po	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	1	0	0	1	1
124	ano	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	ano	0	1	0	0	0	1	
125	ano	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	ano	0	0	1	0	0	1
126	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0	0
127	ano	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1	1
128	ano	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	1	0	1	0
129	ano	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1	1
130	ano	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	ano	0	0	0	0	1	1
131	ano	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	ano	0	0	0	0	0	1
132	ano	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1	1
133	ano	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	ano	1	1	0	0	0	1
134	ano	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	ano	0	1	0	0	1	1
135	ano	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	0	1	0	0	1	0
136	ne	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	0	0	0	0	0
137	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ano	0	0	0	0	1	0
138	ano	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ne	0	0	1	0	1	1
139	ne	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ano	1	1	0	0	0	1
140	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	1	0	0	0	0
141	ano	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	ano	0	1	0	0	1	1
142	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	1	0	0	0	0
143	už po	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	ano	1	0	0	1	1	0
144	ano	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	1	1
145	ne	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ne	0	0	1	0	1	1
146	ne	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	ne	0	0	0	0	1	1
147	ano	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	ano	0	0	1	0	1	1
148	ano	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	1	0	1	1
149	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ne	0	1	0	0	0	1
150	ano	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	ano	0	1	0	0	1	1
151	ano	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0	1
152	už po	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	ano	0	1	0	0	1	1
153	ano	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	ne	1	1	0	0	0	1
154	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	ano	0	0	0	0	1	1
155	ano	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	ano	0	0	0	0	1	1
156	ano	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	ano	0	0	0	0	0	1
157	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0	1
158	ne	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	0	1	0	0	0
159	ano	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	ano	1	0	1	0	0	1
160	ne	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0	0
161	ano	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	ano	0	0	0	0	0	1
162	ano	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	ano	0	0	0	0	0	1
163	ano	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	ne	0	0	0	0	1	

0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	20 000	ano	ano, ne	spíše	ano	ne	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	zaměstnaná	
0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	50 000	ano	ne, a ne	nevím	ano	ne	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	20 000	ano	ne, a ne	spíše	ne	ne	ano	19 - 2	olomč	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	500 00	ne	ano, ne	určitě	ne	ano	ne	19 - 2	morav	Svobo	VŠ	studentka	
0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	100 00	ano	ano, ne	určitě	ne	ne	ne	19 - 2	olomč	Svobo	VŠ	studentka	
0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	100 00	ne	ano, ne	spíše	ne	ano	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	20 000	ano	ano, ne	určitě	ano	ano	ne	19 - 2	zlínsk	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0 - 20 t	ne	ano, ne	nevím	ne	ano	ne	26 - 3	zlínsk	Svobo	VŠ	studentka	
0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	100 00	ano	ne, n ne	spíše	ano	ne	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	20 000	ano	ne, a ne	nevím	ne	ano	ne	19 - 2	morav	Svobo	VŠ	studentka	
1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	100 00	ne	ne, a ne	nevím	ano	ano	ano	19 - 2	zlínsk	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	20 000	ano	ano, ne	nevím	ano	ne	ne	19 - 2	morav	Svobo	VŠ	zaměstnaná	
0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	100 00	ne	ano, ne	spíše	ne	ano	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 500 00	ano	ne, n ne	spíše	ne	ano	ne	19 - 2	morav	Svobo	VŠ	studentka	
0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	100 00	ano	ne, a ne	nevím	ne	ano	ano	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	20 000	ano	ne, a ne	spíše	ne	ano	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	50 000	ano	ano, ne	určitě	ne	ano	ne	19 - 2	zlínsk	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	100 00	ne	ano, ne	nevím	ne	ano	ne	26 - 3	zlínsk	Svobo	VŠ	zaměstnaná	
0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	50 000	ano	ano, ne	spíše	ne	ne	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	100 00	ne	ano, ne	spíše	ano	ano	ne	19 - 2	králov	Svobo	VYŠŠÍ	studentka	
1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0 - 20 t	ano	ano	Skupí	ano	ne	ne	19 - 2	morav	Svobo	VŠ	podnikám	
0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	20 000	ne	ne, a ne	spíše	ne	ano	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	100 00	ano	ano, ne	spíše	ano	ne	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	100 00	ano	ano, ne	spíše	ne	ano	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0 - 20 t	ano	ano, ne	nevím	ne	ne	ne	19 - 2	morav	Svobo	VŠ	studentka	
0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	20 000	ano	ano, ne	určitě	ne	ne	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	50 000	ano	ano, ne	určitě	ne	ne	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	20 000	ano	ano, ne	nevím	ano	ne	ne	26 - 3	morav	Svobo	VŠ	nezaměstnaná	
0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	500 00	ano	ne, a ne	spíše	ano	ne	ne	19 - 2	olomč	Svobo	VŠ	studentka	
0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	20 000	ne	ano, ne	nevím	ne	ano	ne	19 - 2	olomč	Svobo	VŠ	studentka	
1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	100 00	ne	ne, a ne	určitě	ne	ano	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	100 00	ano	ano, ne	spíše	ne	ne	ne	19 - 2	olomč	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	50 000	ne	ano, ne	spíše	ne	ano	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	50 000	ano	ne, n ne	spíše	ano	ne	ano	19 - 2	morav	Svobo	VŠ	studentka	
0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	50 000	ano	ne, a ne	určitě	ne	ne	ne	19 - 2	olomč	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	50 000	ne	ano, ne	nevím	ne	ne	ne	26 - 3	morav	vdaná	SŠ s m	mateřská dovolená	
1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	100 00	ano	ano, ne	nevím	ne	ne	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 500 00	ne	ano, ne	spíše	ne	ano	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	100 00	ne	ano, ne	určitě	ne	ano	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0 - 20 t	ano	ano, ne	nevím	ano	ne	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka	
0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	50 000	ano	ne, a ano	Avon	spíše	ano	ne	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka

164	ano	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	ne	1	0	0	0	1	1
165	ano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	ne	0	0	1	0	0	0
166	ne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ano	0	0	1	0	0	0

1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	50 000	ano	ano, ne	nevím   ne	ne	ne	19 - 2	olomč	vdaná	VŠ	zaměstnaná
0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	500 00	ne	ano, ne	určitě   ne	ano	ne	19 - 2	morav	Svobo	SŠ s m	studentka
0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1 500 00	ne	ano, ne	spíše   ne	ano	ne	19 - 2	zlínsk	Svobo	VŠ	studentka